

Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld: Abschlussbericht

Weller, Ines; Buchholz, Kathrin; RÜth, Petra van

Abschlussbericht / final report

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Weller, I., Buchholz, K., & RÜth, P. v. (2003). *Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld: Abschlussbericht*. Bremen: Universität Bremen, Forschungszentrum Nachhaltigkeit (artec). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-220178>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Technische Universität Berlin



Fakultät III

Forschungsbereich
Sozial-ökologische Forschung/
Gender & Environment



Forschungszentrum Nachhaltigkeit

Abschlussbericht

Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld

Projektleitung: PD Dr. Ines Weller

Projektbearbeitung Dr. Kathrin Buchholz

Dr. Petra van Rüth

unter Mitarbeit von Prof. Dr. Udo Kuckartz u. Heiko Grunenberg
(PHILIPPS-Universität Marburg)

BMBF-Forschungsverbund „Möglichkeiten und Grenzen Neuer Nutzungsstrategien“

Förderkennzeichen: 07 NUR 03



GSF - Forschungszentrum
für Umwelt und Gesundheit
Projektträger des BMBF für
Umwelt- und Klimaforschung

Projektleitung:

PD Dr. Ines Weller
Universität Bremen/ Forschungszentrum Nachhaltigkeit
SFG, Postfach 33 04 40
28334 Bremen
weller@uni-bremen.de

Bearbeitung:

Dr. Kathrin Buchholz
Dr. Petra van Rühl
TU Berlin – Forschungsbereich sozial-ökologische
Forschung/ Gender & Environment

**Wissenschaftliche
Kooperationspartner:**

Prof. Dr. Udo Kuckartz, Heiko Grunenberg
Philipps-Universität Marburg
(Methoden der Sozialforschung)

PD Dr. Christine Bauhardt, Dorothee Keppler
TU Berlin – Institut für Stadt- und Regionalplanung
(Teilprojekt Gender Planning)

**Kooperationspartner aus der
Wohnungswirtschaft:**

Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eG
Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG
Stadt und Land Wohnbautengesellschaft mbH
Wohnungsbaugesellschaft Hellersdorf mbH
Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH

Inhaltsverzeichnis

0	ZUSAMMENFASSUNG UND EINFÜHRUNG IN DIE STRUKTUR DES BERICHTS	5
1	THEORETISCHE GRUNDLAGEN, AUSGANGSÜBERLEGUNGEN UND ZIELSETZUNGEN DES PROJEKTS.....	10
2	FORSCHUNGSANSATZ	17
2.1	Kurzbeschreibung des Vorgehens	17
2.2	Begleitende Arbeitsschritte	21
2.2.1	Serviceangebot für die BewohnerInnen der untersuchten Wohn-anlagen: Umweltberatung vor Ort	21
2.2.2	Reflexions- und Diskussionsforen.....	22
2.2.3	Begleitinstrumente im Rahmen des Förderschwerpunkts „Möglichkeiten und Grenzen Neuer Nutzungsstrategien“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).....	24
2.3	Auswahl der untersuchten Wohnanlagen.....	25
2.4	Methodik, Vorgehensweise und Arbeitsschritte: Beteiligungsverfahren und empirische Erhebungen.....	29
2.4.1	Empirische Erhebungen	30
2.4.2	Beteiligungsveranstaltungen	33
3	BILDUNG VON HAUSHALTSTYPEN ZUR CHARAKTERISIERUNG DER UNTERSUCHTEN WOHNANLAGEN	34
4	ANKNÜPFUNGSPUNKTE FÜR ORGANISIERTE GEMEINSCHAFTSNUTZUNGEN UND ÖKOLOGISCHE DIENSTLEISTUNGEN IM WOHNUMFELD	39
4.1	Kommerzielle Angebote	39
4.2	Wohnanlagenbezogene Gemeinschaftsnutzungsangebote.....	42
4.3	Dienstleistungsangebote von Wohnungsunternehmen.....	43
4.4	Ehrenamtlich getragene Initiativen und Projekte	44
4.5	Zwischenfazit	46
5	NACHHALTIGKEIT ANS LAUFEN BRINGEN: FALLSTUDIEN ZUR IMPLEMENTATION VON ORGANISIERTEN GEMEINSCHAFTSNUTZUNGEN UND ÖKOLOGISCHEN DIENSTLEISTUNGEN IM WOHNUMFELD	47
5.1	Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ in Berlin-Prenzlauer Berg.....	48

5.1.1	Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage	48
5.1.2	BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen.....	48
5.1.3	Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Angeboten unter Beteiligung der BewohnerInnen	51
5.1.4	Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in der „Bremer Höhe“	60
5.2	Wohnprojekt „Offensives Altern“ in der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG	62
5.2.1	Allgemeine Kennzeichen des Wohnprojektes und der Wohnanlage „Offensives Altern“	62
5.2.2	BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen.....	64
5.2.3	Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Angeboten unter Beteiligung der BewohnerInnen	67
5.2.4	Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen im Wohnprojekt „Offensives Altern“	69
5.3	Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung in Berlin-Neukölln.....	69
5.3.1	Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage	69
5.3.2	BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen.....	70
5.3.3	Konzeption von Maßnahmen und Angeboten auf Grundlage der ermittelten Interessen der BewohnerInnen	72
5.3.4	Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in der Rollbergsiedlung	73
5.4	Hochhaus am Wuhletal	74
5.4.1	Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage	74
5.4.2	BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen.....	74
5.4.3	Konzeption von Maßnahmen und Angeboten auf Grundlage der ermittelten Interessen der BewohnerInnen	77
5.4.4	Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen im Hochhaus am Wuhletal	78
5.5	Conciergen in der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG	78
5.5.1	Konzeption und Umsetzung von Angeboten.....	78
5.5.2	Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in den Conciergen der bbwo 1892.....	81
6	NEUE NUTZUNGSSTRATEGIEN IM ALLTAGSTEST: NUTZUNGSMUSTER UND UMSETZUNG IM ALLTAG	82
6.1	Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nichtnutzung der Verleihbörse „Bremer Höhe“	82
6.1.1	Die Struktur der Verleihbörse und ihre Konsequenzen für die Untersuchung der Nutzung	82
6.1.2	Charakterisierung des Samples	83
6.1.3	Charakterisierung der Nutzergruppe	84
6.1.4	Motive	86
6.1.5	Einstieg in die Nutzung: Beitritt zur Verleihbörse	87
6.1.6	Nutzungsmuster.....	88

6.1.7	Potenziale und Hemmnisse	90
6.1.8	Anbieterperspektive	98
6.1.9	Zwischenfazit	99
6.2	Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nichtnutzung des Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“	100
6.2.1	Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung.....	100
6.2.2	Charakterisierung des Samples	101
6.2.3	Charakterisierung der Nutzergruppe	102
6.2.4	Motive und Anlässe zur Nutzung des Angebotes.....	103
6.2.5	Nutzungsmuster.....	105
6.2.6	Potenziale und Hemmnisse	109
6.2.7	Anbieterperspektive	114
6.2.8	Zwischenfazit	117
6.3	Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Biolieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“	119
6.3.1	Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung.....	119
6.3.2	Charakterisierung des Samples	120
6.3.3	Charakterisierung der Nutzergruppe	120
6.3.4	Motive und Anlässe zur Nutzung des Angebotes „Ökologischer Lieferdienst“.....	121
6.3.5	Nutzungsmuster.....	123
6.3.6	Potenziale und Hemmnisse	126
6.3.7	Der Anbieter – Subsistenz mit einem (Stand)-Bein in der Dienstleistungswirtschaft.....	130
6.3.8	Zwischenfazit	132
6.4	Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nicht-Nutzung der Akku-Pflegestation und Batterieabgabe beim Concierge	133
6.4.1	Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung.....	133
6.4.2	Charakterisierung des Samples	135
6.4.3	Informationsstand über die Angebote	137
6.4.4	Batterie- und Akkunutzung im Sample	137
6.4.5	Nutzung und Nicht-Nutzung der Akku-Pflegestation	138
6.4.6	Nutzung und Nicht-Nutzung der Möglichkeit Batterien beim Concierge abzugeben.....	140
6.4.7	Hemmnisse und Potenziale von Akku-Pflegestation und Batterieabgabe beim Concierge.....	145
6.4.8	Anbietersicht	147
6.4.9	Zwischenfazit	148
7	NACHHALTIGKEITSEFFEKTE VON ORGANISIERTEN GEMEINSCHAFTS-NUTZUNGEN UND ÖKOLOGISCHEN DIENSTLEISTUNGEN	150
7.1	Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse.....	151
7.1.1	Erwartete Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse.....	151
7.1.2	Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte durch die Verleihbörse.....	151
7.1.3	Zwischenfazit	160

7.2	Nachhaltigkeitseffekte durch die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnement und Ökologischem Lieferdienst im Wohnumfeld.....	161
7.2.1	Erwartete Nachhaltigkeitseffekte	161
7.2.2	Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte.....	163
7.2.3	Zwischenfazit	172

8 DISKUSSION: HEMMNISSE UND POTENZIALE VON NEUEN NUTZUNGS-STRATEGIEN IM WOHNUMFELD FÜR DIE FÖRDERUNG VON NACHHALTIGEM KONSUMVERHALTEN 174

8.1	Bedingungen für die Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld	176
8.2	Beteiligung der (potenziellen) NutzerInnen an der Gestaltung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld - ein Weg zur besseren Berücksichtigung von Alltagsanforderungen ?	180
8.3	Möglichkeiten und Grenzen für die Verbesserung der Alltagsanbindung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld.....	183
8.4	Beiträge der untersuchten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen zur gesellschaftlichen Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit.....	185
8.5	Resümee.....	186

LITERATUR..... 189

ANHANG

- Fragebogen der 1. MieterInnenbefragung
- Fragebogen der 2. MieterInnenbefragung
- Interviewleitfaden zur Verleihbörse in der Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eG
- Interviewleitfaden zur Nutzung von Gemüseabonnements in der Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eG
- Interviewleitfaden zur Nutzung des Ökolieferdienstes im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“
- Fragebogen zur Nutzung von Akku-Pflegestation und Batterierückgabe beim Concierge
- Interviewleitfaden (Telefoninterviews) zur Nutzung von Akku-Pflegestation und Batterierückgabe beim Concierge
- Leitfaden für Wohnungsunternehmen zur Umsetzung von MieterInnenprojekten und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Grafische Darstellung der Phase 1	17
Abbildung 2	Grafische Darstellung der Phase 2	19
Abbildung 3	Grafische Darstellung der Phase 3	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Beschreibung der Haushaltstypen in den untersuchten Wohnanlagen	35
Tabelle 2	Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten bei den in den untersuchten Wohngebieten vorhandenen Haushaltstypen..	38
Tabelle 3	Verteilung der Haushaltstypen in den untersuchten Aufgängen in der „Bremer Höhe“	49
Tabelle 4	Verteilung der Haushaltstypen in der „Bremer Höhe“ in der ersten und zweiten MieterInnenbefragung	55
Tabelle 5	Einstellungen zur Verleihbörse	57
Tabelle 6	Verteilung der Bewohnerinnen des Wohnprojektes „Offensives Altern“ auf die Haushaltstypen.....	64
Tabelle 7	Verteilung der Haushaltstypen in der untersuchten Wohnanlage in der Rollbergsiedlung	71
Tabelle 8	Verteilung der Haushaltstypen in dem untersuchten Hochhaus am Wuhletal	75
Tabelle 9	Verteilung der Verleihbörsenmitglieder auf die Haushaltstypen	84
Tabelle 10	Verteilung der interviewten NutzerInnen der Gemüseabonnements auf die Haushaltstypen	102
Tabelle 11	Verteilung der befragten NutzerInnen des Biolieferdienstes auf die Haushaltstypen	121
Tabelle 12	Zusammensetzung des Samples in Bezug auf die Altersverteilung in den Concierge-Gebieten	135
Tabelle 13	Zusammensetzung des Samples aus den Concierge-Gebieten.....	136
Tabelle 14	Zuordnung der InterviewpartnerInnen zur Haushaltstypisierung und zu Nutzung und Nicht-Nutzung von Batterieabgabe und Akku-Pflegestation..	136
Tabelle 15	Nutzung der Batterieabgabe differenziert nach Gruppen.....	141
Tabelle 16	Gesammelte Batteriemengen in den drei Concierge-Stationen.....	142
Tabelle 17	Versorgung mit 200 kg Gemüse (Konventionell – Ökologisch) im Vergleich .	166

0 Zusammenfassung und Einführung in die Struktur des Berichts

Ziel des Forschungsvorhabens „Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld“ war, neue Nutzungsstrategien in einem spezifischen Kontext umzusetzen, praktisch zu erproben und zu untersuchen. Dabei wurden sowohl die Möglichkeiten und Hemmnisse der Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld als auch ihr Beitrag zu nachhaltigerem Konsum bzw. einer nachhaltigen Entwicklung erkundet.

Der Ansatz des Projektes greift Ergebnisse der Debatte zu den Genderaspekten von nachhaltigem Konsum auf, die auf den fehlenden Bezug auf die Handlungskontexte der privaten Haushalte als ein Defizit von Strategien zur Verbreitung von nachhaltigen Konsummustern verweisen. Vor diesem Hintergrund ist ein wesentliches konzeptionelles Element des Vorhabens, der Berücksichtigung von Alltagsanforderungen und den Bedingungen der Umsetzung von nachhaltigen Konsummustern im Alltag einen hohen Stellenwert beizumessen und zwar sowohl in seinen anwendungsorientierten als auch in seinen wissenschaftlichen Teilen: Über die Beteiligung der BewohnerInnen an der Gestaltung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld wurde der Versuch unternommen, Interessen und Anforderungen von (potenziellen) NutzerInnen in die Planung und Umsetzung mit einzubeziehen. Gleichzeitig wurden damit die Möglichkeiten partizipativer Prozesse für die Erfassung von Alltagsanforderungen überprüft. Anhand detaillierter empirischer Untersuchungen der Nutzung von Gemeinschaftsnutzungsangeboten und ökologischen Dienstleistungen wurden Hemmnisse und Potenziale der Integration dieser nachhaltigen Konsumalternativen in den Alltag bestimmt. Die empirisch erhobenen Nutzungsmuster stellen eine wichtige Grundlage für die Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte der untersuchten Maßnahmen dar, da die Art und Weise der Umsetzung im Alltag erheblichen Einfluss auf die Nachhaltigkeitseffekte einer Nutzungsstrategie hat.

Im anwendungsbezogenen Teil des Vorhabens wurden in Zusammenarbeit mit Praxispartnern aus der Berliner Wohnungswirtschaft die Bedingungen für die Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen in vier unterschiedliche Wohnanlagen untersucht und die Interessen der BewohnerInnen an neuen Nutzungsstrategien und wohnumfeldbezogenen Maßnahmen erhoben. Daran anknüpfend wurden in zwei Wohnanlagen zur konkreten Gestaltung und Umsetzung neuer Nutzungsstrategien partizipative Prozesse mit den jeweiligen BewohnerInnen durchgeführt. Daraus resultierte die partizipative Entwicklung verschiedener Ideen, die letztlich zur Umsetzung einer Verleihbörse für Konsumgüter sowie eines wohnumfeldbezogenen Angebots für ökologische Gemüseabonnements führte. Um zu untersuchen, inwieweit vorhandene Dienstleistungsstrukturen im Wohnumfeld zu einer Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten beitragen können, wurde darüber hinaus in Zusammenarbeit mit einem Dienstleistungsunternehmen und seinen Conciergeologen in verschiedenen Wohngebieten verschiedene wohnumfeldbezogene Angebote entwickelt, die im Ergebnis zur Umsetzung einer Akku-Pflegestation und Batterierücknahme beim Concierge führten, die in drei Wohngebieten erprobt wurden. Durch die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Akteuren aus der Wohnungswirtschaft sowie durch die Beteiligung der BewohnerInnen aus Wohnanlagen mit sehr unterschiedlichen BewohnerInnenstrukturen wurde im Rahmen des transdisziplinären Forschungsvorhabens der Versuch

unternommen, Akteure zu beteiligen, bei denen nicht von einem spezifischen Vorinteresse an dieser Thematik ausgegangen werden kann.

Im Verlauf des Vorhabens wurde deutlich, dass die Wohnungsunternehmen einerseits eine wichtige Rolle bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen für Aktivitäten und Angebote im Wohnumfeld spielen; andererseits sind ihre Kapazitäten und Handlungsspielräume, um beispielsweise für den Verleih von Gegenständen selbst als Anbieter zu fungieren, beschränkt. Zudem ist das Spektrum an kommerziellen Anbietern, die im Rahmen von Kooperationen ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld anbieten (können), recht begrenzt. In Bezug auf die Bedingungen für die Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld unterstreichen die Ergebnisse des Vorhabens, dass in der derzeitigen Akteurskonstellation den Interessen der BewohnerInnen, d.h. einer gewissen Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Nutzungsstrategien und Umweltthemen, und ihrer Bereitschaft sich zu engagieren eine hohe Bedeutung zukommt. Als besonders günstig erwiesen sich dabei die Bedingungen in Wohnungsbaugenossenschaften, in denen sowohl seitens des Unternehmens als auch bei den BewohnerInnen vergleichsweise häufig Interesse an einem gemeinschaftlichen Leben in der Genossenschaft besteht.

Partizipative Verfahren zur Beteiligung der BewohnerInnen an der Gestaltung von Maßnahmen im Wohnumfeld haben sich in diesem Kontext als begünstigend für die Aktivierung der MieterInnen und die Initiierung von Selbstorganisationsprozessen erwiesen. Die Ergebnisse und der Verlauf der Partizipations- und Umsetzungsprozesse zeigten dabei, dass für die Verstetigung von durch BewohnerInnen-Engagement getragenen Projekten eine kontinuierliche Koordination erforderlich ist. Hier kommt dem Engagement der Wohnungsunternehmen und insbesondere ihrer Bereitschaft personelle und finanzielle Ressourcen für koordinierende Tätigkeiten zur Verfügung zu stellen eine wesentliche Bedeutung zu.

Die Berücksichtigung von Alltagsanforderungen durch die Beteiligung der (potenziellen) NutzerInnen an der Gestaltung von neuen Nutzungsstrategien ist im Rahmen des Vorhabens nur teilweise gelungen. Die partizipative Planung trägt zu einem besseren Bezug von Angeboten und Maßnahmen zu den Interessen und Bedürfnissen der (potenziellen) NutzerInnen bei, in Bezug auf die Berücksichtigung von Alltagsanforderungen zeigte sich, dass Alltagsstrukturen einerseits eine hohe Bedeutung für die Umsetzung neuer Nutzungsstrategien haben, sie aber nur schwer zugänglich und daher nur begrenzt gezielt berücksichtigt werden können, da alltägliche Routinen häufig nicht bewusst vorgenommen werden. Die Ergebnisse des Vorhabens verdeutlichen, dass in Bezug auf die Erfassung von alltäglichen Praktiken und Alltagsanforderungen und die Entwicklung entsprechender methodischer Zugänge noch hoher Forschungsbedarf besteht.

Die Untersuchung der Nutzung von im Wohnumfeld umgesetzten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen zeigte, dass eine Verortung neuer Nutzungsstrategien im Wohnumfeld teilweise zu einer Verbesserung der Alltagsanbindung beitragen kann. Wesentliche Faktoren sind hierbei die Vermittlung von direkt umsetzbaren handlungsorientierten Informationen und die räumliche Nähe. Die Integration neuer Nutzungsstrategien in den Alltag wird darüber hinaus entscheidend durch die organisatorischen Abläufe im Alltag und – bei ökologischen Dienstleistungen – durch die Kundenorientierung der Anbieterbetriebe bestimmt, also durch Aspekte, die durch die Verortung im Wohnumfeld nicht beeinflusst werden. Die Annahme, dass durch eine Bündelung der Nachfrage im Wohnumfeld gleichzeitig Vorteile sowohl bei kommerziellen AnbieterInnen ökologischer Lieferdienste als auch bei privaten NutzerInnen erzielt werden könnten, hat sich im Vorhaben nur zum Teil bestätigt. So

reduziert die Belieferung mehrerer KundInnen in einer Wohnanlage zwar die Lieferstrecke, andere personalintensive Tätigkeiten bleiben für die Anbieterbetriebe jedoch gleich. Die Organisation von Sammelbestellungen über verbindliche Absprachen zwischen einzelnen NutzerInnen erwies sich im Vorhaben als zu aufwändig für die einzelnen Haushalte.

Die Nachhaltigkeitseffekte von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld wurden im Rahmen des Vorhabens exemplarisch an den umgesetzten Beispielen einer Verleihbörse für Gebrauchsgegenstände und zweier Lieferdienste für ökologische Lebensmittel untersucht. Hierbei bestätigte sich die Abhängigkeit der Auswirkungen von der Art und Weise der Umsetzung und Nutzung der Angebote. Die umgesetzten Maßnahmen sind mit ökologischen Entlastungen verbunden, allerdings in einer im Vergleich zu anderen Handlungsfeldern eher geringen Größenordnung. In Bezug auf ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung liegt die Stärke der untersuchten Beispiele in der Verbindung von ökologischen und sozialen Aspekten. Insbesondere setzen sie für eine nachhaltige Entwicklung bedeutsame gesellschaftliche Lernprozesse in Gang, sowohl in Bezug auf gemeinschaftliche Organisationsformen als auch im Hinblick auf einen nachhaltigen Umgang mit Konsumgütern.

Die Ergebnisse des Vorhabens verweisen insgesamt auf Potenziale von Maßnahmen im Wohnumfeld für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten, insbesondere im Hinblick darauf die Umsetzungsmöglichkeiten im Alltag für Haushalte zu verbessern, die an nachhaltigen Konsumalternativen interessiert sind. Hierfür bedürfen die im Wohnumfeld relevanten Akteure jedoch Impulse und Unterstützung von außen, da die Förderung von nachhaltigem Konsum nicht zu ihren primären Anliegen zählt.

Im vorliegenden Bericht werden die Vorgehensweise, der Projektverlauf und die Ergebnisse des Vorhabens ausführlich dargestellt:

Die theoretischen Grundlagen und Ausgangsüberlegungen des Vorhabens werden in Kapitel 1 beschrieben. Dieses Kapitel verdeutlicht zudem die Einordnung des Forschungsprojektes in die Debatten zu nachhaltigem Konsum und neuen Nutzungsstrategien.

In Kapitel 2 werden der transdisziplinäre Forschungsansatz, die Methodik und der Aufbau des Vorhabens ausführlich dargestellt.

Eine wichtige Grundlage für die Charakterisierung der BewohnerInnenstruktur der untersuchten Wohnanlagen sowie für die Auswahl der InterviewpartnerInnen bei den qualitativen Erhebungsschritten ist die im Rahmen des Vorhabens entwickelte Haushaltstypologie. Diese wird in Kapitel 3 beschrieben.

Kapitel 4 behandelt die Ergebnisse der Recherchen zum Kenntnisstand über neue Nutzungsstrategien im Hinblick auf möglichen Anknüpfungspunkten für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld.

Der Prozessverlauf und die Erfahrungen und Ergebnisse aus den anwendungsorientierten Teilen des Vorhabens werden anhand von Fallstudien zu den vier ausgewählten Wohnanlagen und der Zusammenarbeit mit den Conciergen in Kapitel 5 ausführlich dargestellt. In diesem Kapitel wird deutlich, unter welchen Bedingungen es gelungen ist, Nachhaltigkeit in Wohnumfeld ans Laufen zu bringen und welche Rahmenbedingungen sich als hinderlich erwiesen haben.

Aufgrund der konzeptionellen Ausrichtung des Vorhabens auf die Bedeutung von Alltagsstrukturen und den Bedingungen des Alltagshandelns werden in Kapitel 6 die Nutzungs-

muster und -kontexte vergleichsweise ausführlich und detailliert dargestellt, um plastisch vor Augen zu führen, wie die Nutzung im Alltag konkret aussieht. Fallbezogen werden die umgesetzten wohnumfeldbezogenen Angebote Verleihbörse, Gemüseabonnement / Biolieferdienst sowie Akku-Pflegestation und Batterieabgabe beim Concierge daraufhin untersucht, welche Möglichkeiten und Probleme mit der Integration dieser neuen Nutzungsstrategien in den Alltag verbunden sind. Die Analyse der Nutzung wird ergänzt durch die Perspektive der jeweiligen AnbieterInnen, sodass Wechselbeziehungen zwischen Angebotsgestaltung und Nutzungsbedingungen sowie zwischen den Nutzungsmustern und den daraus resultierenden Bedingungen für die AnbieterInnen deutlich werden.

Auf Grundlage der ermittelten Nutzungsmuster wird in Kapitel 7 eine Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse, des Gemüseabonnements und des Biolieferdienstes vorgenommen.

In Kapitel 8 werden die einzelnen Ergebnisse im Rahmen eines Resümees zusammengeführt.

1 Theoretische Grundlagen, Ausgangsüberlegungen und Zielsetzungen des Projekts

Die Veränderung der bestehenden Produktions- und Konsummuster insbesondere in den Industrieländern ist eine wesentliche Bedingung für den Erfolg des globalen Prozesses für eine nachhaltige Entwicklung. Durch den auf dem Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung in Johannesburg verabschiedeten Implementationsplan (Kapitel III) wurde die hohe Bedeutung dieses Themenbereichs bekräftigt und hat neue Aktualität und Schubkraft erhalten (Vereinte Nationen 2002). Unter nachhaltigem Konsum werden im allgemeinen die Konsumformen verstanden, die im Vergleich zu den herkömmlichen umwelt- und sozialverträglicher sind. Hierzu gehören der Kauf und die Verwendung ökologisch hergestellter Produkte, die Nutzung verbrauchsarmer Produkte (z.B. Energieeffizienz bei Haushaltsgeräten), eine umweltfreundliche Verkehrsmittelwahl, kommerzielle und nicht-kommerzielle Formen gemeinschaftlicher Nutzung (Mieten, Leihen, Sharing) sowie die Wiederverwendung und Nutzungsdauerverlängerung von Produkten (Aufarbeiten, Reparieren) (vgl. Schrader, Hansen 2001; Umweltbundesamt 2002). Eine breite gesellschaftliche Umsetzung von Konzepten und Strategien zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs durch (privaten) Konsum ist bislang jedoch nicht gelungen. Vor diesem Hintergrund sind Fragen nach den Bedingungen, Möglichkeiten und Hemmnissen der Umsetzung und Diffusion von nachhaltigerem Konsumverhalten von hoher Bedeutung.

Mit dem Forschungsvorhaben „Nachhaltiges Konsumverhalten durch organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im großstädtischen Wohnumfeld“, dessen Ergebnisse im vorliegenden Bericht dargestellt sind, haben wir Umsetzungsbedingungen von Strategien zur Unterstützung und Verbreitung von nachhaltigem Konsumverhalten in einem spezifischen Kontext untersucht und in einem Praxisfeld erprobt. Als transdisziplinäres Forschungsvorhaben verbindet unser Projekt wissenschaftliche und praxisbezogene Ziele. Das Vorhaben wurde im Rahmen des Förderschwerpunkts „Möglichkeiten und Grenzen neuer Nutzungsstrategien“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. In diesem Zusammenhang ist es in einen Verbund verschiedener Vorhaben eingebunden, in dem unterschiedliche Zugänge zum Themenkreis der neuen Nutzungsstrategien untersucht wurden.

Kennzeichnend für neue Nutzungsstrategien ist, dass sie mit dem Ziel der Erhöhung der Ressourcenproduktivität an der Nutzungsphase von Produkten und Dienstleistungen ansetzen. Viele dieser Nutzungsstrategien werden schon länger praktiziert, sie sind in diesem Sinne nicht neu, erhalten aber durch den Bezug zu Nachhaltigkeit einen neuen Rahmen und neue Aktualität. Ausgehend von den unterschiedlichen Wegen mit denen eine höhere Ressourcenproduktivität erreicht werden soll, können verschiedene Formen von neuen Nutzungsstrategien unterschieden werden, wobei die konkreten Angebote Elemente aus verschiedenen Strategien beinhalten können:

- *Nutzungsintensivierung* durch Mieten oder Teilen (Sharing) von Produkten (z.B. Car-Sharing, Verleihbörse für Konsumgüter, Waschcenter, Skiverleih)
- *Ersatz bzw. Ergänzung von Produkten durch ökologische Dienstleistungen* (z.B. Gemüseauktion, Windeldienste)

- *Nutzungsdauerverlängerung* durch Wieder- oder Weiterverwendung von gebrauchten Produkten (z.B. Aufarbeitung und Weiterverkauf von gebrauchten Produkten wie Gebrauchtwagen, Fahrräder oder PC's)

Unser Verständnis von ökologischen Dienstleistungen orientiert sich in diesem Zusammenhang an den Bedingungen der Nutzung nachhaltiger Konsumangebote und den damit verbundenen Anforderungen. Dies geht auf die Beobachtung zurück, dass einige mit ökologischen Zielsetzungen verbundene Angebote einen zunehmenden Dienstleistungsanteil aufwiesen. Von den jeweiligen Anbietern wurde der Anteil erbrachter Dienstleistungen sukzessive erhöht, um die Reichweite der Angebote auszudehnen und den Anforderungen einer größeren NutzerInnengruppe anzupassen. So hat sich das Car-Sharing vielerorts vom „Öko-projekt“ zu einer „Mobilitätsdienstleistung“ entwickelt (Franke 2001; Wilke 2002). Eine ähnliche Entwicklung der Erhöhung des Dienstleistungsanteils ist bei der Veränderung der Angebotsstruktur von Gemüseabonnements (Öko-Kiste) zu erkennen: Die landwirtschaftlichen Unternehmen entwickelten jeweils einen Teil ihres Betriebes zu einem Dienstleistungsbe-reich, in dem in hohem Maße versucht wird, den Bedürfnissen der KundInnen gerecht zu werden (Cunningham, van Rùth, Weller 2000). Aus ehemaligen Erzeuger-Verbraucher-Kooperationen wurden Dienstleistungsangebote.

Vor diesem Hintergrund verstehen wir ökologische Dienstleistungen als Angebote von nachhaltigen Konsumalternativen, bei denen durch einen Dienstleistungsanteil mögliche Hemmnisse der Nutzung (z.B. Mehraufwand im Vergleich zu konventionellen Angeboten) ausgeglichen, die Angebote an die Anforderungen der NutzerInnen angepasst und eventuell zusätzliche Leistungen für die NutzerInnen erbracht werden. Damit ergibt sich ein Verständnis von ökologischen Dienstleistungen, das Perspektiven der NutzerInnen und der Nutzung einbezieht, indem der Aufwand für die Nutzung sowie (zusätzliche) Vor- und Nachteile für die NutzerInnen berücksichtigt werden.¹

Die Veränderung der bestehenden Produktions- und Konsummuster in Richtung Nachhaltigkeit ist ein gesellschaftlicher (Such)Prozess, der das Zusammenwirken verschiedener gesellschaftlicher Akteure (Wirtschaft, Staat, Nichtregierungsorganisationen, Bürgerinnen und Bürger) erfordert (vgl. Tutzinger Erklärung 1997), wobei die gesellschaftlichen Ausgangsbedingungen der jeweiligen Akteure zu berücksichtigen sind. Die einzelnen KonsumentInnen sind dabei als Mit-EntscheiderInnen zu betrachten, ohne ihnen einseitig die Verantwortung für nachhaltige oder nicht-nachhaltige Entwicklungstrends zuzuschreiben (Brand et al. 2003). Mehr als 10 Jahre nach der Verabschiedung der Agenda 21 in Rio de Janeiro ist eine breite gesellschaftliche Umsetzung von Konzepten zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs

¹ Unser Verständnis von ökologischen Dienstleistungen unterscheidet sich damit von Definitionen für öko-effiziente Dienstleistungen, die sich in erster Linie auf die Ersetzung materieller Produkte durch immateriell erbrachte Dienstleistungen beziehen (Behrendt, Pfitzner 1999; Jasch, Hrauda 2000; Hirschl et al. 2001). Diese gehen von der Annahme aus, dass „immaterielle“ Dienstleistungen grundsätzlich weniger ressourcenintensiv sind als „materielle“ Produkte. Eine öko-effiziente Dienstleistung ersetzt nach diesem Verständnis ganz oder teilweise den Anteil des materiellen Produktes für die Erzielung des angestrebten Nutzens und führt deshalb, entsprechend der Ausgangsannahme, zu einer Umweltentlastung (Scholl 2000). So verstanden stellen öko-effiziente Dienstleistungen überwiegend Strategien dar, um die Nutzung von Gebrauchsprodukten durch eine Ausweitung des Nutzerkreises zu intensivieren oder um ihre Nutzungsdauer zu verlängern. Diese Definition beinhaltet eine Beschränkung auf Gebrauchsprodukte, d.h. Konzepte wie das Gemüseabonnement, die dazu führen, dass konventionelle Verbrauchsprodukte durch ökologische ersetzt werden, fallen aus dieser Systematik heraus.

durch privaten Konsum noch nicht gelungen, entscheidende Veränderungen der Konsummuster sind bislang ausgeblieben (Umweltbundesamt 2002b). Eine wesentliche Fragestellung der Forschung zum nachhaltigen Konsum, in der sich auch unser Forschungsvorhaben verortet, ist daher, wie nachhaltige Produktions- und Konsummuster in Gang gesetzt und am Laufen gehalten werden können. In diesem Zusammenhang werden in der wissenschaftlichen Debatte zu nachhaltig(er)em Konsum folgenden Aspekten eine hohe Bedeutung zugesprochen:

- Berücksichtigung der Pluralisierung der Lebensstile, und daraus folgend eine Orientierung der Diffusion nachhaltiger Konsumalternativen an konkreten Zielgruppen, wie sie beispielsweise im Rahmen der Haushaltsexploration des Instituts für sozial-ökologische Forschung (Umweltbundesamt 2002: 87ff) ermittelt wurden;
- Nutzung spezifischer Kontexte unter Berücksichtigung der Bedeutung sozialer Netzwerke für die Diffusion von nachhaltigem Konsum (Brand et al. 2003; Reisch 2002);
- Berücksichtigung vorhandener Barrieren, die die Umsetzung eines nachhaltigen Konsumverhaltens hemmen (Umweltbundesamt 2002);
- Berücksichtigung gesellschaftlicher Makrotrends² und ihrer Auswirkungen auf die Spielräume und Chancen für nachhaltiges Konsumverhalten (Brand 2002);
- Berücksichtigung der Bedeutung von Geschlechtsrollen und des Geschlechtsrollenwandels (Empacher et al. 2002);
- Entwicklung von neuen Wohlstandsmodellen und „sozialen Innovationen“ im Zusammenspiel der unterschiedlichen Akteure (z.B. Organisation neuartiger Tauschplätze und Nutzungsformen, neue Politikformen und Mitwirkungsmöglichkeiten, neue Kooperationsformen) (Umweltbundesamt 2002);
- Berücksichtigung von mit ökologischen Handlungsoptionen verbundenen sozialen Konfliktlagen (Werte- und Zielkonflikte, Verteilungskonflikte, politische und soziokulturelle Kontrollkonflikte) (Lange 2000).

Damit nimmt die Forschung zu nachhaltigem Konsum zunehmend die Lebensbedingungen und Interessen der privaten Konsumentinnen in den Blick, was im Vergleich zu der früheren Fokussierung der Debatte auf die vermeintliche (Kauf)Entscheidungsmacht der Konsumenten (z.B. in der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“) eine Erweiterung der Perspektive darstellt. Damit hat die in der Diskussion über Gender³ und Nachhaltigkeit herausgestellte

² Als gesellschaftliche Makrotrends benannt werden Globalisierung, Informationsgesellschaft, Wissensgesellschaft, Strukturwandel der Arbeit, Individualisierung.

³ Gender wird hier als inhaltlich-konzeptioneller Begriff verstanden und als synonym zu Geschlechterverhältnis verwendet. Die Genderperspektive schließt damit Fragen nach den Verhältnissen und Hierarchien zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, die in Zusammenhang mit dem hierarchischen Geschlechterverhältnis stehen, mit ein (z.B. zwischen Erwerbsarbeit und Reproduktionsarbeit, Produktion und Konsum) (Becker-Schmidt 1998, Stiegler 1998). Als eine gesellschaftliche Strukturkategorie ist Gender für die gesellschaftliche Organisation (z.B. das Verhältnis zwischen Produktions- und Reproduktionssphäre sowie ihrer jeweiligen gesellschaftlichen Bewertung) und das gesellschaftliche Naturverhältnis von herausragender Bedeutung (Hofmeister u.a. 2002, Hofmeister u.a. 2003). Die Genderperspektive umfasst damit ausdrücklich mehr als die differenzierte Betrachtung von Frauen und Männern. Durch sie geraten neue Problemfelder und Fragerichtungen in den Blick, die bislang in der Nachhaltigkeitsdebatte wenig berücksichtigt werden (ausführlicher dazu vgl. Weller 2003).

Forderung, die konkreten Bedingungen und Handlungskontexte des Konsumverhaltens in den privaten Haushalten bei der Entwicklung von Strategien zur Verbreitung nachhaltiger Konsummuster angemessen zu berücksichtigen (Forum Umwelt und Entwicklung 1997; Weller 1997; Schultz 1998; Weller 1999; Weller, Hayn, Schultz 2002; Hofmeister et al. 2002), zum Teil Eingang in die Debatte zu nachhaltigem Konsum gefunden.⁴ Ein „blinder Fleck“ der Debatte um Strategien zur Veränderung der Produktions- und Konsummuster bleibt, dass die mit dem gesellschaftlichen Geschlechterverhältnis verbundene Trennung und Hierarchisierung zwischen Reproduktionssphäre und Erwerbsarbeitssphäre nicht thematisiert wird. Die Kritik, dass Strategien, die zugunsten eines nachhaltigeren Konsumverhaltens auf die Ausweitung unbezahlter (Frauen)Arbeit in den Haushalten setzen, als unzulässige Privatisierung und Feminisierung von Verantwortung, die zudem wenig Anschlussfähigkeit an die Lebensrealitäten in den privaten Haushalten verheißt, ist - gerade auch vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Makrotrends eines Wandels der Geschlechtsrollen - nach wie vor aktuell.

So macht eine genauere Betrachtung der Ergebnisse der Testphase des Pilotprojektes „Der nachhaltige Warenkorb“ des Rates für nachhaltige Entwicklung (imug 2002) vor dem Hintergrund der Diskussion über Gender und Nachhaltigkeit verschiedene Umsetzungsprobleme für ein nachhaltiges Konsumverhalten deutlich: Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist die Umsetzung eines nachhaltigen Konsumverhaltens vielfach mit Mehraufwand und zeitlichen und/oder finanziellen Zusatzbelastungen verbunden. Die Angebotspalette für nachhaltige Konsumalternativen ist in vielen Bereichen unzureichend und nicht in vorhandene Versorgungsroutinen einzupassen. Bei an nachhaltigem Konsum interessierten Haushalten besteht ein Bedarf an handlungsorientierten und auf den eigenen Alltag beziehbaren Informationen, dem häufig nicht entsprochen wird bzw. werden kann (Hofmeister, Weller 2004).

Vor diesem Hintergrund war eine wesentliche Fragestellung unseres Forschungsvorhabens, inwieweit die Umsetzung und Verbreitung von nachhaltigen Konsummustern durch die Berücksichtigung von Anforderungen, die sich aus den Handlungskontexten der Haushalte ergeben, und/oder durch zusätzliche Nutzen oder Entlastungen (z.B. zeitlich oder organisatorisch) verbessert werden kann. Dies ist verbunden mit der Annahme, dass die Verbindung mit den spezifischen Handlungskontexten und Rahmenbedingungen der privaten Haushalte und die Berücksichtigung der Ansprüche, Interessen und Kompetenzen der (potenziellen) NutzerInnen für eine erfolgreiche Entwicklung und Förderung von nachhaltigen Konsummustern von hoher Bedeutung ist. Mit dieser Fragestellung greifen wir den in der Debatte zu Gender & Environment formulierten Anspruch auf, die Gestaltungsmacht der KonsumentInnen zu erhöhen und ihre Ansprüche, Interessen und Alltagskompetenzen aktiv bei der Entwicklung von Angeboten für einen nachhaltigen Konsum zu berücksichtigen (Schultz 1998; Weller 1999; Weller, Hayn, Schultz 2002). Hierzu haben wir in Zusammenhang mit den anwendungsorientierten Zielen unseres Projektes, die potenziellen NutzerInnen bei der Gestaltung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen in einem partizipativen Prozess beteiligt. In Bezug auf die wissenschaftlichen Ziele des Forschungsvorhabens ist damit die Frage verbunden, inwieweit die Beteiligung der potenziellen NutzerInnen bei der Gestaltung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen zu einer besseren Berücksich-

⁴ Der Bezug zu den Ergebnissen aus der Debatte zu Gender und Nachhaltigkeit wird dabei allerdings in der Regel nicht hergestellt.

tigung von Alltagsanforderungen führt. Daraus resultiert als weitere wesentliche Frage, wie sich die Nutzung im Alltag konkret gestaltet (Nutzungsmuster) und welche Potenziale und Hemmnisse die im Rahmen des Vorhabens betrachteten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen insgesamt im Hinblick auf ihre Umsetzung bzw. Umsetzbarkeit im Alltag aufweisen.

Wir haben daher für unser transdisziplinäres Forschungsvorhaben einen Praxiskontext gewählt, von dem wir annahmen, dass er für die Einbeziehung von (potenziellen) NutzerInnen günstige Rahmenbedingungen bietet. Vor diesem Hintergrund wurde im anwendungsorientierten Teil unseres Vorhabens das Ziel verfolgt, in Kooperation mit Wohnungsunternehmen als Praxispartnern in verschiedenen Wohnanlagen organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen in einem partizipativen Prozess mit den BewohnerInnen zu entwickeln und praktisch zu erproben. Aufgrund der Möglichkeit die BewohnerInnen in ihrem Alltagskontext anzusprechen erschien uns das Wohnumfeld als günstiger Ansatzpunkt um (potenzielle) NutzerInnen zu erreichen und für Befragungen und Beteiligungsveranstaltungen zu gewinnen. Mit dem Bezug von Angeboten und Maßnahmen zum nachhaltigen Konsum im Wohnumfeld knüpfen wir zudem an Forschungsergebnisse von Harloff et al. (2000 u. 2002) an, die auf die Potenziale von Strukturen und sozialen Netzen im Wohnumfeld für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten verweisen.

Ein weiterer Anknüpfungspunkt für die Förderung von nachhaltigem Konsum im Wohnumfeld ist die Diskussion über Lebensqualität im Wohnumfeld. Insbesondere Fragen des sozialen Zusammenlebens im Wohnumfeld werden als ein wichtiger Faktor für die Lebensqualität angesehen, der zum Teil auch durch entsprechende Maßnahmen von Wohnungsunternehmen aktiv unterstützt wird (Hohm et al. 2002; GdW 2004). Dies deutet darauf hin, dass das Wohnumfeld spezifische Potenziale im Hinblick auf die Unterstützung neuer Nutzungsformen und neuartigen Tauschplätzen bieten kann, die als „soziale Innovationen“ einen Beitrag zu nachhaltigen Konsummustern leisten können (Umweltbundesamt 2002: 17). Diese zeichnen sich vielfach dadurch aus, dass ressourcenschonendere Nutzungsstrategien mit der Bildung und Förderung von (neuen) sozialen Netzen verbunden ist. Räumliche Nähe spielt dabei eine wichtige Rolle, häufig agieren entsprechende Initiativen im Stadtteilbezug. So achten beispielsweise die OrganisatorInnen von Tauschringen in der Regel darauf, dass die Mitglieder nicht zu weit voneinander entfernt wohnen. Vor diesem Hintergrund war eine Annahme und ein Ansatzpunkt unseres Vorhabens, dass bei der Entwicklung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen sozialen und ökologischen Aspekten bestehen und entsprechende Motivallianzen nutzbar gemacht werden können. Die Verbindung von sozialen und ökologischen Aspekten liegt bei Gemeinschaftsnutzungsstrategien auch insofern nahe als bei nicht-kommerziellen Gemeinschaftsnutzungen Vertrauen und damit Nähe einen wichtigen Faktor für die Umsetzung darstellt. Darüber hinaus war eine weitere Annahme unseres Vorhabens, dass im Wohnumfeld eine räumliche Nähe zwischen Angebot und NutzerInnen erreicht werden kann, die dazu beiträgt, die Transaktionskosten nachhaltigen Konsumangeboten bzw. deren Nutzung zu senken und so Nutzungshemmnissen entgegen zu wirken.

Weiterhin sprach bei der Konzeption des Vorhabens für eine Anbindung neuer Nutzungskonzepte an das Wohnumfeld und insbesondere für die Kooperation mit Wohnungsunternehmen, dass Wohnungswirtschaftsunternehmen ein starkes Interesse an der Ausweitung ihrer

Betätigungsfelder haben, um ihre Marktpositionen zu stabilisieren (FWI/IZT 1999; Hohm et al. 2002; GdW 2004). Zum Zeitpunkt der Antragsphase des Vorhabens wurden in diesem Zusammenhang Potenziale dafür gesehen, dass zusätzliche Angebote der Wohnungswirtschaft wertvolle Impulse für die Erschließung von Umweltentlastungspotenzialen im privaten Konsumbereich liefern können, sodass wohnungswirtschaftliche Unternehmen zu neuen Akteuren bei der Entwicklung und Verbreitung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster werden können (Scharp et al. 1999; Scharp 1999).

Mit der Kooperation mit verschiedenen Wohnungsunternehmen als Praxispartner im transdisziplinären Forschungsprojekt sollten diese Potenziale erschlossen und entsprechende Handlungsmöglichkeiten konkretisiert werden. Damit wurde der Versuch unternommen durch die Interventionen und Aktivitäten im Rahmen eines Forschungsvorhabens neue Akteure für die Förderung von nachhaltigen Konsummustern zu gewinnen. Kennzeichnend für die Ausgangslage der Zusammenarbeit ist, dass mit der Förderung von nachhaltigem Konsum von der Forschungsseite ein Thema an die Wohnungsunternehmen herangetragen wurde, das zwar potenziell Motivallianzen mit vorhandenen Interessen aufweist, aber an sich kein Feld ist, in dem die Unternehmen von sich aus aktiv werden würden. Ähnliches gilt auch für die BewohnerInnen der untersuchten Wohnanlagen, da das Vorgehen gerade nicht darauf abzielte in erster Linie umweltbewusste KonsumentInnen zu erreichen, sondern über die lokale Anbindung insbesondere auch nicht explizit umweltbewusste Personenkreise angesprochen werden sollten. Somit ist eine Besonderheit des hier verfolgten Ansatzes, dass versucht wurde, Menschen in einem partizipativen Prozess an der Entwicklung und Realisierung von nachhaltigen Konsumalternativen zu beteiligen, bei denen ein Interesse an nachhaltigen Konsumalternativen nicht vorausgesetzt werden kann.

Aus diesem Ansatzpunkt folgen weitere Forschungsfragen, die die Möglichkeiten und Grenzen der Verortung und Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld betreffen: Unter welchen Bedingungen lassen sich organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld umsetzen? An welche existierenden Anbieterstrukturen, Interessen und Handlungsmöglichkeiten von Wohnungsunternehmen sowie Interessen und Bedürfnisse von Mieterinnen und Mietern kann dabei angeknüpft werden? Im Hinblick auf die Bedeutung von Alltagsanforderungen für die Umsetzung von nachhaltigem Konsumverhalten stellt sich zudem die Frage, inwieweit durch die Verortung von Angeboten und Maßnahmen im Wohnumfeld die Integration der Nutzung von nachhaltigen Konsumalternativen in die Alltagsorganisation verbessert werden kann.

In Zusammenhang mit der Ausweitung von („öko-effizienten“ bzw. ökologischen) Dienstleistungen wird die Erwartung formuliert, dass diese sowohl zur ökologischen als auch zur sozialen Nachhaltigkeit beitragen und somit geeignete Strategien darstellen, um die ökologische und die soziale Dimension von Nachhaltigkeit miteinander zu verknüpfen (Bosch et al. 2002). Mit welchen ökologischen Entlastungspotenzialen bzw. Nachhaltigkeitseffekten die in Zusammenhang mit nachhaltigen Konsummustern diskutierten Konzepte und Nutzungsstrategien tatsächlich verbunden sind, ist allerdings vielfach eine nicht abschließend geklärte Frage (Neitzel 1996; Scholl, Zundel 1999; Zundel 2004). Die (wenigen) vorliegenden Untersuchungen zu den Umwelteffekten von ökologischen Dienstleistungen und neuen Nutzungsstrategien verweisen in diesem Zusammenhang darauf, dass die Auswirkungen sowohl produktabhängig sind als auch in hohem Maße von den konkreten Nutzungsmustern

abhängen: Ob und in welchem Maße Nutzungsintensivierungsstrategien, wie beispielsweise das Leihen oder Mieten von Gebrauchsgütern, tatsächlich mit Umweltentlastungen verbunden sind, hängt beispielsweise von der Nutzungshäufigkeit, der Effizienz eingesetzter Geräte und den anfallenden Transportwegen ab (Strubel, Gensch 1997; Behrendt, Behr 2000). Die mit der Nutzung von Gemeinschaftseinrichtungen zum Wäsche-Waschen verbundenen Umwelteffekte werden durch anfallende Transportwege, die Effizienz der eingesetzten Geräte, die Beladung der Waschtrommel und die Nutzung oder Nicht-Nutzung eines Wäschetrockners beeinflusst (Hirschl 2000; Pfitzner, Behrendt 2000). Durch die genannten Faktoren kann es im Kontext der Nutzung zu neuen Umweltbelastungen (Rebound-Effekten) kommen, die erzielte ökologische Entlastungen kompensieren oder gar überschreiten können.

Für den Ansatz und die untersuchten Fragestellungen in unserem Forschungsvorhaben bedeutet dies, dass wir die Nachhaltigkeitseffekte der betrachteten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen jeweils konkret untersuchen: Mit welchen Nachhaltigkeitseffekten sind die jeweiligen Nutzungsstrategien verbunden? Tragen sie zum gesellschaftlichen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit bei? Ein wesentlicher Bezugspunkt bei der Untersuchung der Nachhaltigkeitseffekte ist die empirische Untersuchung der Nutzungsmuster und der Einfluss des Nutzungsverhaltens auf die Nachhaltigkeitseffekte. Mit diesem Ansatzpunkt betreten wir methodisches Neuland, da zwar vielfach auf die Bedeutung der Nutzungsmuster für die Nachhaltigkeitseffekte von neuen Nutzungsstrategien verwiesen wird, das konkrete Nutzungsverhalten in den jeweiligen Alltagskontexten jedoch bislang kaum empirisch untersucht wurde (Weller, Hayn, Schultz 2002).

Der hohe Stellenwert, der den Nutzungsbedingungen, -kontexten und -erfahrungen sowie den Bedingungen und Gründen, die einer Nutzung entgegen stehen, in unserem Forschungsprojekt beigemessen wird, ist ein spezifisches Kennzeichen unseres Vorhabens innerhalb des Forschungsverbundes „Möglichkeiten und Grenzen von neuen Nutzungsstrategien“. Die Gruppe der potenziellen NutzerInnen und Nutzer wird insbesondere als Akteursgruppe gesehen, deren Interessen und Belange zu berücksichtigen sind, und weniger als Zielgruppe von Marketing-Aktivitäten.

2 Forschungsansatz

2.1 Kurzbeschreibung des Vorgehens

Mit dem transdisziplinären Forschungsvorhaben wurden sowohl wissenschaftliche Ziele zur Untersuchung der Umsetzung von nachhaltigerem Konsumverhalten als auch praxisbezogene Ziele verfolgt: Maßnahmen und Angebote zur Förderung und Unterstützung eines nachhaltigen Konsumverhaltens wurden in partizipativen Prozessen im Wohnumfeld entwickelt, erprobt und aus den Prozessen Erkenntnisse über die Umsetzungsbedingungen und Nachhaltigkeitseffekte von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld abgeleitet.

Ausgehend von der transdisziplinären Ausrichtung des Vorhabens und den in Kapitel 1 erläuterten Fragestellungen wurde die in diesem Kapitel beschriebene Projektkonstruktion entwickelt. Das Vorhaben gliederte sich grob in drei Phasen, in denen jeweils unterschiedliche Elemente im Mittelpunkt der Arbeiten standen. Im Vergleich zur ursprünglichen Planung gab es in der Durchführung des Vorhabens Modifikationen, die im Folgenden benannt werden. Begleitend fanden weitere Arbeitsschritte statt, die im Abschnitt 2.2 ausführlicher dargestellt werden.

Phase 1: Erhebung von Interessen und Möglichkeiten – Konzeption von Angeboten und Maßnahmen

In der ersten Phase stand die Konkretisierung der Projektplanung im Vordergrund. Nach Vorrecherchen mit verschiedenen Arbeitsschritten (Literatur- und Internetrecherchen, Vor-Ort-Recherchen, sondierenden Interviews mit verschiedenen MitarbeiterInnen der kooperierenden Wohnungsbaugesellschaften und einem Workshop mit KollegInnen des Forschungsprojektes „Die Bedeutung von Wohngruppen für die Bildung nachhaltiger Konsummuster“ (s.u.)) wurden vier Wohnanlagen für die Untersuchung ausgewählt (vgl. 2.3).



Abbildung 1 Grafische Darstellung der Phase 1

In einer ersten MieterInnenbefragung wurden alle in den untersuchten Wohnanlagen lebenden MieterInnen befragt und auf Grundlage der erhobenen Interessen Angebote und Maßnahmen konzipiert.

Phase 2: Konkretisierung der Planung und Umsetzung

Der Arbeitsschwerpunkt der zweiten Projektphase war die Konkretisierung der Planung von Angeboten und Maßnahmen in den untersuchten Wohnanlagen. Die weitere Vorbereitung und Planung der Maßnahmen erfolgte partizipativ mit den BewohnerInnen. Dabei wurden wir von den kooperierenden Wohnungsbauunternehmen unterstützt. Zur Vorbereitung der Beteiligungsverfahren wurde ein Workshop zum Thema „Geschlechtergerechte Beteiligung“ durchgeführt (s.u.).

Ausgangspunkt des Beteiligungsprozesses waren die Konzepte für mögliche Maßnahmen, die auf Grundlage der Ergebnisse der Vor-Ort-Recherchen und der ersten MieterInnenbefragung erarbeitet worden sind. Diese wurden in einem ersten Schritt mit den verantwortlichen MitarbeiterInnen der Wohnungsbauunternehmen diskutiert. Es folgten Veranstaltungen mit den BewohnerInnen (Diskussionsrunden, Workshops, Zukunftswerkstätten, Arbeitsgruppen, vgl. Kapitel 2.4.2). In einem iterativen Prozess wurden die Maßnahmen mit Wohnungsbauunternehmen und BewohnerInnen konkretisiert. Es fand eine Abschätzung der Realisierungs- und Erfolgchancen statt, die dazu führte, dass die Arbeiten in den Projekten „Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung“ und „Hochhaus am Wuhletal“ nicht weiter geführt wurden (vgl. Kapitel 5.3 und 5.4).

Als neues Element wurde die Zusammenarbeit mit Conciergen aufgenommen, um zu erproben, ob an bestehenden Dienstleistungsangeboten im Wohnumfeld angeknüpft werden kann. Es wurden Konzeptvorschläge für Conciergen erarbeitet und eine neue Kooperation mit dem Concierge-Dienstleister Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH (vgl. Kapitel 5.5) aufgebaut. Im Unterschied zu den anderen Untersuchungsgebieten wurden hier die Angebote ausschließlich mit dem Dienstleistungsunternehmen abgestimmt, Voruntersuchungen oder eine Beteiligung der BewohnerInnen an den Planungen fanden nicht statt.

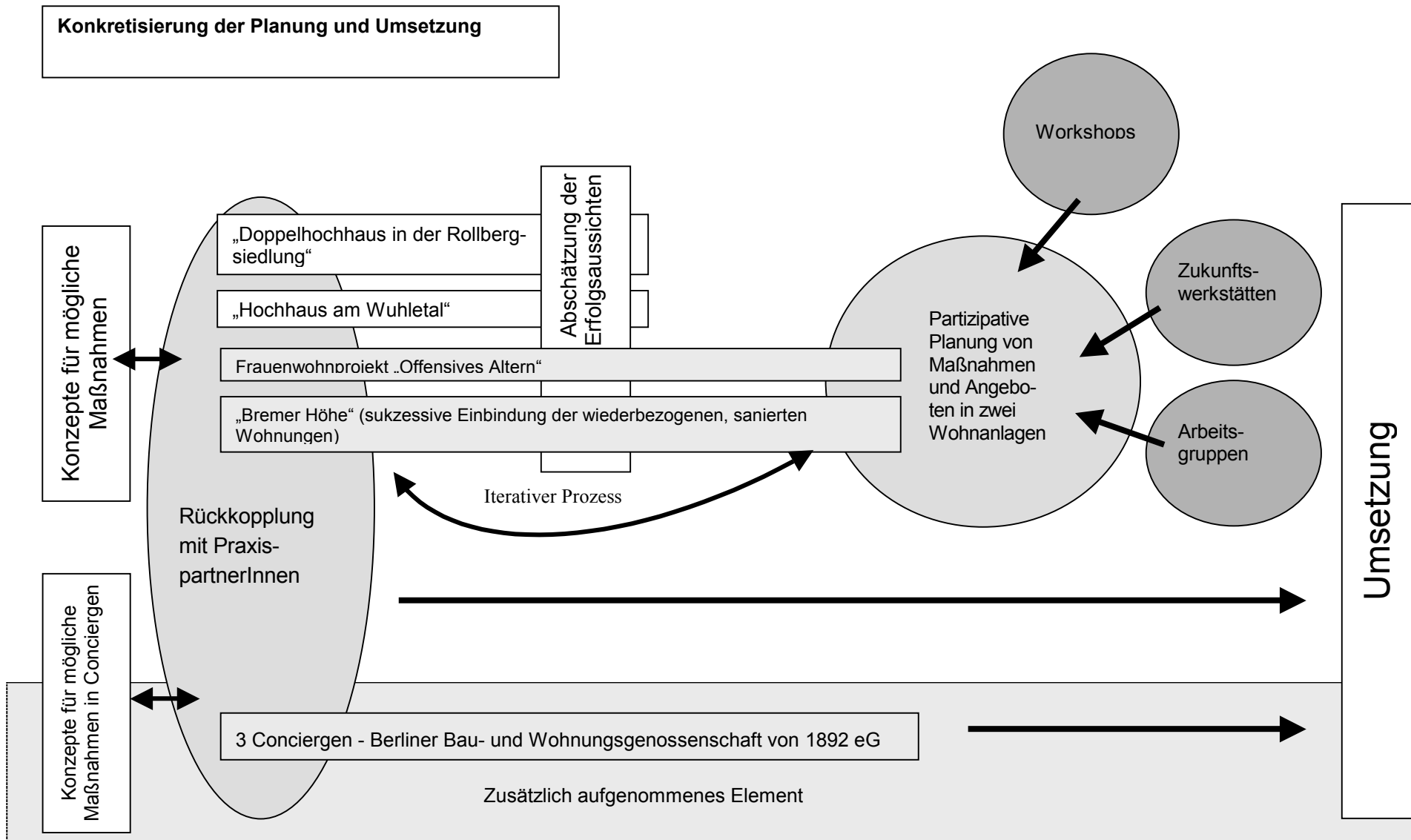


Abbildung 2

Grafische Darstellung der Phase 2

Am Ende der zweiten Phase stand die Umsetzung von angepassten Angeboten und Maßnahmen.

Phase 3: Untersuchung umgesetzter Angebote

In der dritten Projektphase wurden die umgesetzten Maßnahmen in zwei Wohnanlagen und drei Concierge-Gebieten untersucht. Dazu wurde mit Hilfe von quantitativen Befragungen die Nutzung und Nicht-Nutzung der Angebote erhoben. Die Zahl der Haushalte, die mit den quantitativen Befragungen angesprochen wurde, hat sich gegenüber der ursprünglichen Planung durch die Veränderungen im Projektverlauf erhöht: Die Angebote und Maßnahmen in der „Bremer Höhe“ wurden auf alle BewohnerInnen ausgeweitet. Dies führte zu einer Erhöhung des AdressatInnenkreises für die zweite Befragung auf etwa 300. Die Angebote der Conciergen richteten sich an knapp 3000 Haushalte, sodass hier das Sample der zu befragenden Haushalten gegenüber der ursprünglichen Planung deutlich größer war.

An die zweite quantitative Untersuchung schlossen sich qualitative Befragungen von NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen, sowie Expertengespräche mit Anbietern und Vertretern aus der Wohnungswirtschaft an. Ziel der empirischen Erhebung war die Untersuchung der Nutzung umgesetzter Maßnahmen und ihrer Bedingungen, das konkrete Nutzungsverhalten sowie die Anbindung an den Alltag. Daran schloss die Abschätzung von Nachhaltigkeitseffekten in den verschiedenen Dimensionen an. Die Ergebnisse des Vorhabens wurden in einem Workshop mit Praxisakteuren aus Wohnungswirtschaft, Lokalen Agenda 21 Initiativen und anderen VertreterInnen von stadtteilbezogenen Praxisprojekten diskutiert.

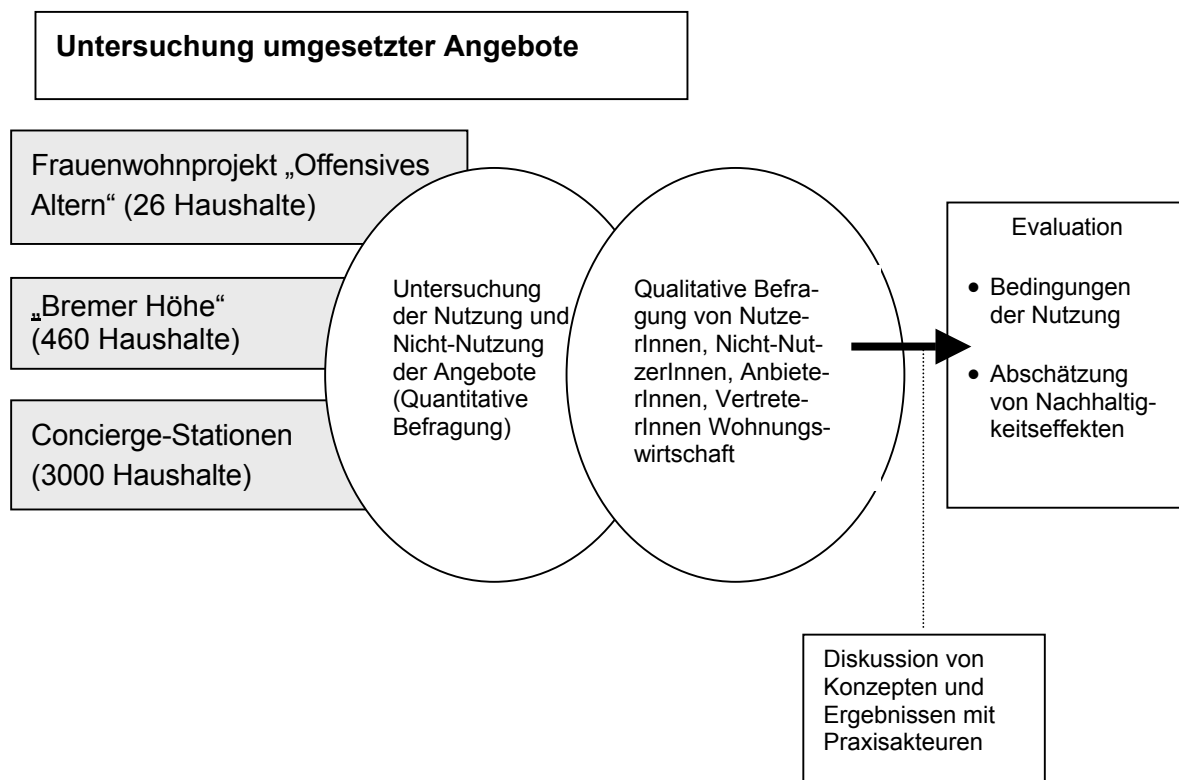


Abbildung 3 Grafische Darstellung der Phase 3

2.2 Begleitende Arbeitsschritte

2.2.1 Serviceangebot für die BewohnerInnen der untersuchten Wohnanlagen: Umweltberatung vor Ort

Als Serviceangebot wurde den BewohnerInnen der untersuchten Wohnanlagen nach der ersten quantitativen Befragung im Sommer 2002 eine Umweltberatung in der eigenen Wohnung angeboten. Dieses praktisch nutzbare Angebot hatte im Wesentlichen die Funktion, mit den BewohnerInnen in Kontakt zu bleiben und die zeitliche Lücke zwischen der ersten Erhebung und den weiteren Beteiligungsschritten zu überbrücken. Die Umweltberatung sollte dazu dienen, die Motivation der MieterInnen zur Beteiligung am Planungsprozess zu erhöhen. Außerdem wollten wir mit dem Angebot schon zu einem frühen Zeitpunkt nach den ersten Befragungen mit praktischen Maßnahmen vor Ort präsent sein.

Die Konzeptentwicklung und die Durchführung der Umweltberatung vor Ort erfolgte gemeinsam mit einer Gruppe von Studierenden des Weiterbildungsstudienganges BANA⁵ der TU Berlin. In einem regelmäßigen Seminar wurde im Wintersemester 2001/2002 das Konzept für die Umweltberatung in den Bereichen Alltagskonsum und Energiesparen im Haushalt entwickelt.

Die BewohnerInnen wurden bei der ersten MieterInnenbefragung nach ihrem Interesse an einer Beratung gefragt. Standortabhängig waren zwischen knapp 35 und 70 % der Befragten an einer Beratung in ihrem Haushalt interessiert. Diese konnten einen individuellen Beratungstermin vereinbaren. Zwölf Personen (knapp 10 % der Befragten) haben dieses Angebot genutzt. Auffällig ist, dass Anmeldungen fast ausschließlich aus den Wohnanlagen „Bremer Höhe“ und „Offensives Altern“ kamen. Aus der Wohnanlage im „Hochhaus am Wuhletal“ meldete sich eine Person, aus dem „Rollberg“ niemand für eine Beratung an.

Die Beratung erfolgte in zwei Schritten. Bei einem Termin in den Wohnungen der Interessierten wurden Daten zum Alltagskonsum und Energieverbrauch in einem Gespräch mit Hilfe eines Fragebogens erfasst. Der Fragebogen basierte auf dem von B.A.U.M. e. V. herausgegebenen EDV-Programm „Der private Haushaltscheck“ (Riedesser 2000) und wurde durch zusätzliche Informationen, die die Datenerfassung in den Haushalten erleichterten, ergänzt. Die Ergebnisse der Datenanalyse sowie Vorschläge für umweltgerechte Verhaltensveränderungen wurden den Beratenen schriftlich mitgeteilt. Bei Bedarf fanden telefonische Erläuterungen und in einigen Fällen ein weiteres Beratungsgespräch vor Ort statt.

Die Erfahrung mit den durchgeführten Umweltberatungen zeigt, dass die wesentlichen Inhalte bereits während der Datenaufnahme vermittelt werden konnten, die Datenaufnahme also vor allem die Funktion eines Impulsgebers für Informationsgespräche hatten. Zum Teil wurde bei den Gesprächen ein spezifischer Informationsbedarf deutlich, dem durch spätere Zusage entsprechender Informationsbroschüren gerecht geworden ist.

⁵ Die Abkürzung BANA steht für „Berliner Modell für nachberufliche Arbeitsbereiche“. BANA richtet sich an Menschen, die zu der immer größer werdenden Gruppe der Nachberuflichen gehören, Interesse an einer Wissensvertiefung haben und in einem gesellschaftlich wichtigen Aufgabenfeld aktiv werden wollen.

2.2.2 Reflexions- und Diskussionsforen

Zur Reflexion der Erfahrungen und der Vorgehensweise wurden im Projektverlauf drei Workshops mit ExpertInnen zu verschiedenen für die Projektarbeit relevanten Fragestellungen durchgeführt. Diese waren bereits bei der Antragstellung geplant gewesen, im Projektverlauf wurde die Formulierung der Fragestellungen für die Workshops konkretisiert.

- Workshop mit Kolleginnen des WohnNach-Projektes
An der TU Berlin wurde von 1998 – 2001 im interdisziplinären Forschungsprojekt „Die Bedeutung von Wohngruppen für die Bildung nachhaltiger Konsummuster“ (WohnNach-Projekt) u.a. untersucht, „ob und wie Nachhaltigkeit des Konsums über die Beeinflussung von Gruppenprozessen im Wohnbereich gefördert werden kann und (...) welche nachhaltigen Konsummuster sich in bestehenden und neuen Strukturen entwickeln können.“ (Harloff et al. 1999: 3) Bearbeitet wurden Fragestellungen zum Einfluss von Baustrukturen und sozialen Beziehungen auf die Nachhaltigkeit des Konsumverhaltens aus psychologischer, architektonischer und ökonomischer Sicht. Da in diesem Forschungsvorhaben bereits Ergebnisse und Erfahrungen zum Themenfeld „Nachhaltiger Konsum im Wohnumfeld“ vorlagen, auf die wir in unserem Projekt möglicherweise aufbauen konnten, fand ein gemeinsamer Workshop im November 2001 statt. Das WohnNach-Projekt war zu diesem Zeitpunkt bereits abgeschlossen. Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Frage, welche Konsequenzen sich aus den Ergebnissen des WohnNach-Projektes für die Entwicklung von Kriterien für unsere Auswahl von für die Untersuchung geeigneten Wohnanlagen ergeben. Darüber hinaus wurde die Konzeption und die Fragestellung unseres Vorhabens vor dem Hintergrund der Ergebnisse des WohnNach-Projektes diskutiert. Die Ergebnisse dieses Workshops flossen insbesondere in die Kriterien für die Auswahl der Wohnanlagen ein.
- Teilprojekt GenderPlanning und Workshop GenderPlanning zu Fragen geschlechtergerechter Beteiligung
Um die Berücksichtigung von Gender-Aspekten in den partizipativen Teilen des Projektes zu stärken, wurde der Forschungs- und Diskussionsstand aus dem Bereich GenderPlanning im Rahmen eines Teilprojektes ausgewertet und die Ergebnisse auf ihre Übertragbarkeit für die Projektarbeit überprüft. Dieses Teilprojekt wurde von Prof. Dr. Christine Bauhardt betreut und von Dipl.-Ing. Dorothee Keppler bearbeitet.
Im Mittelpunkt der Literaturrecherche stand die Frage, ob es Hinweise darauf gibt, unter welchen Bedingungen eine geschlechtssensible oder -gerechte Beteiligung der MieterInnen an der Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Konsumangebote möglich werden würde.
Die Rechercheergebnisse zeigten, dass diese Fragen mit Hilfe der Literatur aus dem Bereich GenderPlanning nur sehr begrenzt beantwortet werden können. Die Auseinandersetzung mit dem Thema Gender und Partizipation findet im wesentlichen auf zwei Ebenen statt: Zum einen auf einer eher theorieorientierten, zum anderen auf einer (beteiligungs-) praxisorientierten Ebene. Aus den theorieorientierten Beiträgen geht hervor, dass die Forderungen nach frauenorientierten - heute: geschlechtssensiblen - Beteiligungsverfahren ursprünglich im Rahmen einer umfassenderen kritisch-konstruktiven feministischen Auseinandersetzung mit den Auswirkungen gesellschaftlicher (Macht)-Strukturen auf die Gestaltung des öffentlichen Raumes entstand (vgl. Becker 1999; Kar-

hoff et al. 1993: 21ff.). Für die projektbezogene Frage- und Problemstellung erwiesen sich die praxisbezogenen Arbeiten aus dem Bereich GenderPlanning als interessanter. Die methoden- und verfahrensbezogenen Teile dieser Arbeiten beschäftigen sich mit den Beteiligungsbedingungen von Frauen, mit Kriterien einer frauengerechten Verfahrensgestaltung und - allerdings eher am Rande - mit frauengerechten Beteiligungsformen und -methoden. Hoffnungen auf methoden- und verfahrensbezogene Tipps und Hinweise für die spezifische Problemstellung unseres Vorhabens haben sich jedoch nur sehr begrenzt erfüllt. Die vorhandenen Dokumentationen und Berichte betonen in der Hauptsache, dass eine „Vielfalt an Beteiligungsformen“ notwendig sei, um unterschiedliche Personengruppen anzusprechen (vgl. Gapp 1998: 131f.; Dittmann 1998: 119). Ein weiteres Ergebnis der Literaturrecherche ist, dass auch unter Einbezug der Geschlechterperspektive ein schlüssiger Gesamtablauf des Beteiligungsverfahrens (also des Gesamtprozesses von der ersten Kontaktaufnahme bis zur Umsetzung der Beteiligungsergebnisse) wesentlich wichtiger ist als die Wahl einer besonderen Beteiligungsmethode (Karhoff et al. 1993: 215ff.).

Im Februar 2002 fand ein vom Teilprojekt „GenderPlanning“ organisierter Workshop mit ExpertInnen aus dem Gebiet „GenderPlanning“ sowie aus der Praxis der BürgerInnenbeteiligung statt. Die wesentlichen Ergebnisse der Literaturrecherche zum Forschungs- und Diskussionsstand im Hinblick auf eine geschlechtergerechte Beteiligung von Männern und Frauen an Partizipationsprozessen wurden durch die Diskussion auf dem Workshop bestätigt. Darüber hinaus lieferte der Workshop Anregungen für die Gestaltung der Beteiligungsverfahren in den Wohnanlagen. Die Ergebnisse aus dem Teilprojekt „GenderPlanning“ und dem von ihm organisierten Workshop sind sowohl in die Konzeption des Fragebogens für die erste Befragung als auch in die Planung der Beteiligungsveranstaltungen eingeflossen.⁶

- Workshop zum Themenkomplex „Nachhaltige Konsumangebote und neue Nutzungsstrategien - Anforderungen an/aus dem Alltag“

In diesem Workshop wurden erste Ergebnisse aus dem Forschungsvorhaben mit ExpertInnen aus den Bereichen Frauen- und Geschlechterforschung, Haushaltswissenschaften, Nachhaltigkeitsforschung, Soziologie des Alltags und Verbraucherorganisationen diskutiert. Der Workshop zielte darauf ab, verschiedene Zugänge zu den Themenkomplexen nachhaltiges Konsumverhalten, neue Nutzungsstrategien und Erfassung und Integration von Alltagsanforderungen zusammenzuführen. Ein wesentlicher Schwerpunkt war, wie auch aus Genderperspektive, Anforderungen aus den Interessen und dem Alltagskontext erfasst und in die Konzeption von Angeboten integriert werden können. Anknüpfend an Erfahrungen im Verlauf des Forschungsvorhabens spielten die methodischen Möglichkeiten und Schwierigkeiten bei der Bestimmung von Alltagsanforderungen bei der Diskussion eine zentrale Rolle.

⁶ Die Detailergebnisse des Teilprojektes „GenderPlanning“ sind in einem Bericht dokumentiert, der bei Interesse bei der Projektleiterin des Forschungsvorhabens angefordert werden kann.

2.2.3 Begleitinstrumente im Rahmen des Förderschwerpunkts „Möglichkeiten und Grenzen Neuer Nutzungsstrategien“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)

Eine weitere Reflexionsebene stellten die vom Förderschwerpunkt „Möglichkeiten und Grenzen Neuer Nutzungsstrategien“ und der Koordinierung des Förderschwerpunktes (KONI) angebotenen Begleitinstrumente (Statusseminare, Syntheseworkshop, Moderatorenkreis und Supervisions- bzw. Coaching-Runde) und die Querschnittsarbeitsgruppen dar.

- Statusseminare und Syntheseworkshops:
Die regelmäßigen Treffen ermöglichten einen fachlichen und methodischen Austausch zum Stand der Forschungsvorhaben innerhalb eines Kreises von KollegInnen, die ebenfalls in transdisziplinären Forschungsvorhaben zur Thematik „Neuer Nutzungsstrategien“ arbeiteten. Die Thematisierung von Wissenschafts-Praxis-Beziehungen verdeutlichten die unterschiedlichen Ziele und Herangehensweisen von Wissenschaft und Praxis. Dass sie eine Besonderheit im Feld transdisziplinärer Forschung darstellen, zeigte sich im Syntheseworkshop.
Trotz einer breiten thematischen Vielfalt und unterschiedlicher inhaltlicher und fachlicher Zugänge zu den Themen „Nachhaltigkeit“ und „Neue Nutzungsstrategien“ boten die Foren einen regelmäßigen Diskussionszusammenhang, aus dem sich zum Teil auch ein über diese Treffen hinaus reichender fachlicher Austausch ergab. Daraus konnten Impulse für die Projektarbeit gewonnen werden.
- Moderatorenkreis:
Inhaltlich bezog sich der Moderatorenkreis auf die Moderation von Netzwerken mit verschiedenen Praxisakteuren, die miteinander in wechselseitige Beziehungen treten. Das Begleitinstrument sollte bei der Organisationsentwicklung, Prozesslenkung und Beziehungsklärung zwischen den verschiedenen NetzwerkpartnerInnen unterstützend wirken. Da diese Zielsetzung sehr weit von unseren Projektinhalten entfernt war - unsere Fragestellung bezog sich nicht auf den Aufbau und die Moderation eines Netzwerkes - waren Impulse und Informationen, die wir durch die Teilnahme am Moderatorenkreis erhielten, eher allgemeiner Art.
- Supervision / Coaching-Runde:
Die Supervisions- bzw. Coaching-Runde bot uns die Gelegenheit Rollenkonflikte, die sich aus unserer transdisziplinären Forschungsarbeit ergeben haben, zu thematisieren und persönliche Umgangsweisen damit zu reflektieren. Im Mittelpunkt standen die unterschiedlichen Anforderungen, die sich an uns als forschende Personen aus der Tätigkeit an der Schnittstelle zwischen wissenschaftlicher Arbeit und praktischer Umsetzung ergaben. Erkenntnisse aus diesem Prozess sind eingeflossen in die Beziehungs- und Prozessgestaltung zu unseren unterschiedlichen PraxispartnerInnen. Nicht zuletzt wirkte sich die Supervisions- bzw. Coaching-Runde positiv auf den kollegialen Umgang im Forschungsverbund aus, wobei die Leitung durch einen professionellen Supervisor eine große Rolle gespielt hat.
- Querschnittsarbeitsgruppen:
Die Mitarbeiterinnen des Forschungsvorhabens beteiligten sich an den Arbeitsgruppen Gender, Ökonomie, Transdisziplinarität und Umweltentlastungspotenziale. In diesen

Arbeitsgruppen wurden die jeweiligen Fragestellungen quer zu den in den Forschungsvorhaben bearbeiteten Themen diskutiert. In unterschiedlichem Maße fand ein intensiver fachlicher Austausch statt, der sich insbesondere auf theoretische und methodische Diskurse bezog.

Insgesamt möchten wir festhalten, dass unser Forschungsvorhaben durch die Einbindung in den Förderschwerpunkt wichtige Impulse erhalten hat. Andererseits stellten sie Zusatzanforderungen dar, die bei der Projektplanung nicht im Blick waren, sodass dafür auch keine Ressourcen eingeplant werden konnten. In künftigen Förderschwerpunkten sollte auf die zeitlichen Anforderungen aus dem Projektverbund hingewiesen werden, damit dieser Aufwand in der Projektplanung berücksichtigt werden kann.

2.3 Auswahl der untersuchten Wohnanlagen

Für die Auswahl der untersuchten Wohnanlagen waren zwei Schritte von Bedeutung. Zunächst wurden Praxispartner aus der Wohnungswirtschaft gesucht und ausgewählt, in deren Wohnanlagen die Vorhaben durchgeführt werden konnten. Anschließend erfolgte die Entwicklung von Kriterien für die Auswahl der konkreten Wohnanlagen aus den Beständen der Praxispartner. Diese waren sowohl an wissenschaftlichen als auch an anwendungsorientierten Zielen orientiert. In der Projektplanung war vorgesehen, die Arbeiten in drei Wohnanlagen durchzuführen und mit drei Partnern aus der Wohnungswirtschaft zusammen zu arbeiten. Zu Beginn des Forschungsvorhabens wurde dann ein vierter Kooperationspartner, die Berliner Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe eG“ als weiterer Praxispartner aus der Wohnungswirtschaft in das Vorhaben aufgenommen.

Als Praxispartner waren am Projekt beteiligt:

- Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG (bbwo 1892)
Diese Genossenschaft verwaltet rund 6.200 Wohnungen in 17 Siedlungen in verschiedenen Bezirken Berlins sowie zwei Siedlungen in Brandenburg. Das Unternehmen ist genossenschaftlich organisiert und verwaltet einen Wohnungsbestand, der zu einem großen Teil in den 20er und 30er Jahren des letzten Jahrhunderts unter reformerischen Überlegungen errichtet wurde. Dabei besteht u.a. der Anspruch und das Ziel, gemeinschaftliches Leben zu ermöglichen. In langer Tradition hat sich eine breit gefächerte Mitgliederbeteiligung in Form von Beiräten und Siedlungsausschüssen herausgebildet (zur Genossenschaft gehören 11.000 Mitglieder). In den Wohnanlagen der Genossenschaft leben heute überwiegend ältere MieterInnen. In den Wohnanlagen existieren noch heute Gemeinschaftsräume und -einrichtungen (z.B. Waschküchen), die zu unterschiedlichen Zwecken von den MieterInnen genutzt werden.
Die Wohnungsbaugenossenschaft war für unser Vorhaben interessant, weil sie Wohnprojekte mit dem Ansatz „Kommunikatives Wohnen“ ermöglicht. In diesem Ansatz sahen wir eine gute Anknüpfungsmöglichkeit für organisierte Gemeinschaftsnutzungen. Von der Wohnungsbaugenossenschaft 1892 eG wurde bereits im Rahmen der Vorgespräche das generationenübergreifende Frauenwohnprojekt „Offensives Altern e. V.“ für das Vorhaben vorgeschlagen. Ziel des Vereins „Offensives Altern e. V.“, der das Projekt entwickelt hat und durchführt, ist „alternativ zur traditionellen Familienstruktur einen Frauenalltag gemeinsam zu leben“ und „Härten und Isolation sowohl von alten als auch

von jungen Frauen - besonders allein erziehenden Müttern - entgegen zu wirken“.⁷ Junge, ältere und alte Frauen versuchen sich gegenseitig in ihrer Alltagsbewältigung zu unterstützen.

Wir hielten dieses Projekt für unser Vorhaben für sehr geeignet, seitens des Vereins „Offensives Altern e. V.“ bestand Interesse an einer Zusammenarbeit.

- Stadt und Land Wohnbauten-Gesellschaft mbH
Die Stadt und Land Wohnbauten-Gesellschaft mbH gehört zu den großen städtischen Wohnungsbaugesellschaften in Berlin und verfügt über ca. 33.000 eigene Wohnungen in Berlin und Brandenburg. Das Land Berlin ist alleiniger Gesellschafter der 1924 gegründeten Gesellschaft. Der Anspruch der Gründungsväter, den Wohnungsbau zu reformieren und angemessenen, bezahlbaren Wohnraum für breite Bevölkerungsschichten zu schaffen, wird bis heute umgesetzt. Der Gemeinnützigkeitsgedanke ist weiterhin fester Bestandteil der Firmenphilosophie. Die Stadt und Land engagiert sich schon seit längerem in ihren Siedlungen in Neukölln, die von der sozio-ökonomischen Situation der MieterInnen her als Problemviertel eingestuft werden, in Kooperation mit anderen Trägern in sozialen aber auch ökologisch orientierten Projekten. In den Neuköllner Siedlungen existierten bereits Gemeinschaftseinrichtungen und -räume.
- Wohnungsbaugesellschaft Hellersdorf (WoGeHe mbH)
Die WoGeHe wurde 1990 als landeseigene Wohnungsbaugesellschaft gegründet und hat ihren Wohnungsbestand von 23.000 Wohnungen in so genannten „Plattenbausiedlungen“ in nord-östlicher Stadtrandlage. Ein Teil der Häuser wurde 1996 ökologisch saniert und mit thermischen Solaranlagen sowie Regenwassernutzungen versehen. Seit 1999 gehören die Anteile der WoGeHe mehrheitlich der Stadt und Land Wohnbauten-Gesellschaft mbH, mit der sie zu einem Unternehmensverbund fusionierte. Gemeinschaftsräume existierten in den Wohnanlagen nicht, gemeinschaftlich nutzbare Räume zu unterschiedlichen Zwecken wären mit den räumlichen Kapazitäten aber herstellbar gewesen.
- Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eG
Aufgrund von Presseberichten wurde eine relativ junge Berliner Wohnungsbaugenossenschaft, die „Bremer Höhe eG“, auf unser Vorhaben aufmerksam. Der Geschäftsführer der Genossenschaft trat im Spätsommer 2001, kurz nach Vorhabensbeginn mit der Bitte an uns heran, sich ebenfalls als Kooperationspartner beteiligen zu können. Der Bestand dieser Wohnungsbaugenossenschaft liegt im Bezirk Prenzlauer Berg / Pankow im ehemaligen Ostteil der Stadt. Die Wohnungsbaugenossenschaft hat sich im Jahr 2000 aus dem Engagement von BewohnerInnen heraus gegründet, die verhindern wollten, dass ihre Wohnungen an eine Aktiengesellschaft verkauft werden. Insgesamt verfügt die „Bremer Höhe“ über einen Bestand von ca. 460 Wohnungen. Der Geschäftsführer der Genossenschaft äußerte ein starkes Interesse, die Wohnanlagen den Bedürfnissen der BewohnerInnen gemäß zu gestalten und nachbarschaftliches Leben aktiv zu unterstützen. Die Häuser wurden in den Jahren 2001 – 2003 sukzessive saniert. Die Sanierung wurde im ersten Abschnitt zum Ende des Jahres 2002 abgeschlossen und die Wohnungen von den MieterInnen (wieder) bezogen. Die Einrichtung eines Concierge-Services war im Jahre 2002 bereits geplant, wurde aber erst Ende 2003 um-

⁷ Selbstdarstellung des generationenübergreifenden Frauenwohnprojektes in Berlin-Neukölln (Buckow), Verein Offensives Altern e. V. (Faltblatt)

gesetzt.

Die „Bremer Höhe“ war als Kooperationspartner für unser Projekt aus verschiedenen Gründen ausgesprochen attraktiv. Hervorzuheben ist das große Engagement des Geschäftsführers und der Verwaltung der Genossenschaft, die wir als gute Grundlage für eine Zusammenarbeit einschätzten. Der Zeitpunkt kurz nach der Sanierung und des Wiederbezuges der Wohnungen ließ zudem gute Erfolge erwarten, da Umbruchsituationen eine größere Offenheit der BewohnerInnen für die Veränderung von Alltagsroutinen und Nutzungsstrategien mit sich bringen. Nicht zuletzt bot die Aufnahme eines zusätzlichen Kooperationspartners ein Mehr an Flexibilität für die Entscheidung, welche Vorhaben auf Grundlage der mit der MieterInnenbefragungen erhobenen Interessen und Wünsche realisiert werden sollten.

Im Rückblick erwies sich die Zusammenarbeit als besonders konstruktiv, dies ist vermutlich in dem stärkeren Eigeninteresse der Genossenschaft an nachbarschaftsorientierten Projekten begründet. Tatsächlich hat sich auch die Gründungs- und Sanierungsphase, die eine Umbruchsituation für viele in die Genossenschaft neu zuziehende bzw. umgesetzte MieterInnen bedeutete, als günstig für die Durchführung des Vorhabens erwiesen. Es hat sich insbesondere gezeigt, dass sich vor allem die neu zugezogenen MieterInnen an den Projekten beteiligt haben (vgl. Kapitel 6.1.3).

- Concierge-Dienste in drei Wohngebieten der bbw 1892

Im Projektverlauf wurde zusätzlich zur ursprünglichen Planung eine weitere Kooperation mit dem Concierge-Dienstleister Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH aufgebaut, der Concierge-Stationen für die bbw 1892 in drei Wohngebieten betreibt.

Die Größe der Wohnanlagen, die in dem Vorhaben untersucht werden sollten, wurde bereits bei der Konzeption des Vorhabens in der Formulierung des Forschungsantrages beschlossen. Die vergleichsweise kleine Zahl von ca. 50 Wohneinheiten wurde aus zwei Gründen festgelegt: sie ergab sich aus dem Ansatz die Maßnahmen partizipativ zu entwickeln und um den Umfang der empirischen Erhebungen in einem handhabbaren Rahmen zu halten. Mit einer eher kleinen Anzahl der vom Vorhaben angesprochenen Haushalte sollte die Möglichkeit geschaffen werden, in einem für die BewohnerInnen überschaubaren und vertrauten Rahmen organisierte Gemeinschaftsnutzungen zu planen und umzusetzen.

Kriterienkatalog für die Auswahl der untersuchten Wohnanlagen

Auf der Grundlage von Literaturrecherchen und der Ergebnisse des Workshops mit ehemaligen Mitarbeiterinnen des WohnNach-Projektes (s.o.) wurden Kriterien für die Auswahl der Wohnanlagen für die untersuchten Wohnanlagen festgelegt. Diese umfassen erstens Grundvoraussetzungen für die Eignung als untersuchte Wohnanlage und zweitens Faktoren, die als für die Umsetzung und die Wahrnehmung von Angeboten als förderlich angesehen wurden.

Als Grundvoraussetzungen für die Auswahl der untersuchten Wohnanlagen wurden festgelegt:

- Größe von mindestens 30 maximal 60 Wohneinheiten;
- Räumlicher Zusammenhang der Wohneinheiten: entweder ein ganzes Haus oder direkt nebeneinander liegende Aufgänge;
- Vorhandensein von mindestens einem Raum, der für gemeinschaftliche Nutzungen

- eingerichtet werden kann;
- Keine Probleme, die das Projekt überlagern können (z.B. gravierende Konflikte zwischen den MieterInnen oder Vandalismus).

Als förderliche Faktoren, die im Entscheidungsprozess argumentativ abzuwägen waren, wurden bestimmt:

- Das Vorhandensein von nachbarschaftlichen Beziehungen, da wir mit dem Vorhaben an nachbarschaftliche Beziehungen anknüpfen und sie nicht erst aufbauen wollten;
- Die personelle Unterstützung und die infrastrukturellen Voraussetzungen seitens der Wohnungsunternehmen, auch im Hinblick auf das Vorhandensein von organisatorischen Strukturen für MieterInnenaktivitäten und Gemeinschaftlichkeit;
- Spezifische Mangelsituationen oder Angebote im Umfeld der Wohnanlagen;
- Hinweise auf die Offenheit der BewohnerInnen gegenüber dem Vorhaben.

Über diese auf die einzelnen Wohnanlagen bezogenen Kriterien hinaus, wurde als übergreifendes Kriterium festgelegt, dass die untersuchten Wohnanlagen möglichst unterschiedlich gewählt werden sollten, um so einen Vergleich verschiedener sozialer Kontexte zu ermöglichen.

Bestimmung der untersuchten Wohnanlagen

Für die Auswahl der Häuser wurden Recherchen im Umfeld der in Frage kommenden Wohnanlagen und Gespräche mit AkteurInnen vor Ort durchgeführt. Bei in Frage kommenden Wohnanlagen, in denen es institutionalisierte Strukturen für MieterInnenaktivitäten wie z.B. Hausversammlungen oder Mieterbeiräte gab, wurde das Vorhaben BewohnerInnen bzw. deren VertreterInnen vorgestellt und mit ihnen diskutiert.

Im Folgenden werden die ausgewählten Wohnanlagen vorgestellt. Eine Besonderheit stellt das Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ dar: Wir haben bewusst ein Wohnprojekt einbezogen, um Potenziale für Gemeinschaftsnutzungen, die diese Wohnform möglicherweise bietet, untersuchen zu können.

- Wohnprojekt „Offensives Altern“
Kooperationspartner: Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG
In diesem Wohnprojekt, das auf die langjährige Initiative des Vereins „Offensives Altern“ zurückgeht, leben ältere und allein erziehende Frauen zusammen. Das Haus umfasst 26 Wohneinheiten, wurde Ende der 90er-Jahre in einer kommunikationsfördernden Bauweise errichtet und liegt am Stadtrand von Berlin. Im Wohnprojekt waren bereits unabhängig von unserem Vorhaben Gemeinschaftsnutzungen vorhanden. Ansprechpartnerinnen im Projektverlauf waren die Bewohnerinnen selbst, da sowohl bei der Wohnungsbaugenossenschaft als auch im Frauenwohnprojekt der Anspruch besteht, dass die Bewohnerinnen des Wohnprojektes ihre Angelegenheiten selbst verwalten.
- Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung
Kooperationspartner: Stadt und Land Wohnbautengesellschaft mbH
Die „Rollbergsiedlung“ ist eine innenstadtnahe Sozialbausiedlung in Neukölln. Sie ist aufgrund der sozialen Spannungen im Quartier zu einem der Berliner Quartiersmanagementgebiete erklärt worden. Als Wohnanlage für die Untersuchung wurde ein 1972 erbautes Doppelhochhaus mit 77 Wohneinheiten ausgewählt. In diesem Haus leben viele ältere MieterInnen. Eine Besonderheit ist, dass mehrere BewohnerInnen im Mieterbeirat

engagiert sind.

- Hochhaus am Wuhletal

Kooperationspartner: Wohnungsbaugesellschaft Hellersdorf mbH

Die ausgewählte Wohnanlage ist ein Punkthochhaus mit 54 Wohneinheiten am Rande einer in den 80er-Jahren erbauten Plattenbausiedlung in Stadtrandlage. In dem Haus leben überwiegend ältere Paare und Singles. Aufgrund der Randlage gehört das Gebäude zu den attraktivsten Wohnanlagen der Siedlung.

- Fünf bereits wieder bezogene Aufgänge in der Gneiststraße und Pappelallee

Kooperationspartner: Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eG

Der Bestand der Genossenschaft besteht aus einem innenstadtnahen Altbaukomplex, der nach der Sanierung 459 Wohnungen umfasste. Die Mieterschaft in der „Bremer Höhe“ ist sehr gemischt, es leben Familien, Paare und Singles sowie ältere und alte Menschen dort. Als Wohnanlage für die Untersuchung wurden fünf nebeneinander liegende Aufgänge mit insgesamt 48 Wohneinheiten ausgewählt, in denen zum Zeitpunkt der ersten MieterInnenbefragung die Sanierungsarbeiten bereits abgeschlossen waren. Im Laufe der Maßnahmenentwicklung wurde der Wirkungskreis sukzessive auf den gesamten Bestand der „Bremer Höhe“ ausgedehnt.

- Drei Wohngebiete in denen die bbwo 1892 Concierge-Dienste anbietet

Parallel zu den Erhebungen der Nutzung der umgesetzten Maßnahmen in zwei untersuchten Wohnanlagen wurden als weitere Untersuchungsgebiete drei Wohngebiete in die Untersuchung aufgenommen. In diesen hat die bbwo 1892 Concierge-Dienste eingerichtet und es wurden in Zusammenarbeit mit dem Dienstleister Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH zwei neue Dienstleistungsangebote erprobt. Eine Concierge befindet sich in einem Wohngebiet rund um die Haeseler Straße in Charlottenburg, in dem vor allem alte Menschen leben (ca. 1350 Haushalte). Die zweite Siedlung liegt rund um die Attilastraße in Tempelhof, auch in dieser Siedlung leben vor allem alte Menschen (ca. 1350 Haushalte). Die dritte Concierge-Loge befindet sich in einem deutlich kleineren Wohngebiet am Stadtrand in Buckow, rund um die Gerlinger Straße, hier befinden sich Wohnprojekte der bbwo 1892 in denen vor allem Familien leben (ca. 250 Haushalte).

2.4 Methodik, Vorgehensweise und Arbeitsschritte: Beteiligungsverfahren und empirische Erhebungen

Aus der Verbindung von wissenschaftlichen und praxisbezogenen Zielen im Forschungsvorhaben ergaben sich besondere Anforderungen für die Konzeption der Befragungen in den untersuchten Wohnanlagen. Die empirischen Erhebungsschritte waren zum Teil in die partizipativen Prozesse eingebunden, sodass bei der konkreten Ausarbeitung der einzelnen methodischen Elemente sowohl wissenschaftliche Anforderungen als auch Kriterien für die gute Gestaltung von Partizipationsprozessen zu berücksichtigen waren. Entsprechend wurden die jeweiligen Erhebungsschritte und methodischen Elemente an die konkrete Situation im Projekt angepasst, d.h. bezogen auf die Ergebnisse bereits abgeschlossener Arbeitsschritte sowie die Situation in den konkreten Partizipationsprozessen. Die Methode folgte einem Gesamtkonzept, in dem Befragungs- und Beteiligungselemente miteinander kombi-

niert wurden. Im Folgenden werden sie jedoch getrennt dargestellt.

In Fragen der sozialwissenschaftlichen Forschungsmethodik wurden wir während des gesamten Projektverlaufs von Prof. Dr. Udo Kuckartz und Dipl. Soz./ Dipl. Päd. Heiko Grunenberg (Philipps-Universität Marburg) beraten. Dies betraf besonders die Planung und Gestaltung der Erhebungsinstrumente sowie die Auswertung der empirischen Erhebungen.

2.4.1 Empirische Erhebungen

2.4.1.1 Erste quantitative Befragung aller Haushalte in den untersuchten Wohnanlagen

Konzeption und Durchführung der Befragung

In den vier untersuchten Wohnanlagen fand im Frühjahr 2002 im Kontext der partizipativen Entwicklung der Konzepte eine quantitative Befragung statt. Angestrebt war möglichst alle Haushalte mit der Befragung zu erreichen. Diese erste Befragung der MieterInnen erfüllte zwei Funktionen:

- Die Befragung diene der Charakterisierung der Haushalte in sozio-ökonomischer Hinsicht und im Hinblick auf ihr Interesse an Maßnahmen zum nachhaltigen Konsum. Im Rahmen dieser ersten MieterInnenbefragung wurden zudem Anhaltspunkte über die Konsumgewohnheiten gewonnen, die sowohl in die Typisierung der Haushalte eingingen als auch eine erste Datenbasis für die spätere Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte der Angebote und Maßnahmen in den Wohnanlagen lieferten.
- Die erste MieterInnenbefragung stellte die erste direkte Kontaktaufnahme mit den BewohnerInnen der Wohnanlagen und damit auch den Beginn der MieterInnenbeteiligung im Rahmen der Partizipationsprozesse dar. In dieser ersten empirischen Erhebung wurden die Interessen, Wünsche und Ideen der MieterInnen erfragt und Anhaltspunkte für Potenziale und Hemmnisse von organisierten Gemeinschaftsnutzungen erfasst. Die Befragung sollte die BewohnerInnen zudem zur weiteren Beteiligung am Partizipationsprozess motivieren.

Entsprechend war es bei der Entwicklung des Untersuchungsdesigns und des Fragebogens erforderlich, die Anforderungen der statistischen Charakterisierung der Haushalte und die Ansprüche an einen offenen Partizipationsprozess miteinander zu verbinden. Deshalb wurde die Befragung mittels Face-to-Face Interviews durchgeführt und eine Kombination aus offenen und geschlossenen Fragen gewählt. Dabei war der Umfang der Befragung zu berücksichtigen, der für die Handhabbarkeit der Auswertung Grenzen in Bezug auf die Verwendung offener Fragen setzte. Die Verwendung von offenen Fragen diente in erster Linie dazu, mit größtmöglicher Offenheit die Einschätzungen, Wünsche und Ideen der BewohnerInnen aufzunehmen und sie damit auch zur Beteiligung am weiteren Prozess und zu einem Engagement zu motivieren. Bei der Gestaltung der Fragenblöcke zur Charakterisierung der Haushalte konnte teilweise auf Erhebungsinstrumente aus anderen Untersuchungen zurückgegriffen werden⁸.

⁸ Fragen zur Einschätzung der Einbindung in die Nachbarschaft wurden aus einem Fragebogen des BMBF-Projektes „Die Bedeutung von Wohngruppen für die Bildung nachhaltige Konsummuster“ übernommen (Harloff et al. 2002); Fragen zur Einschätzung von Umweltbewusstsein und Umweltverhalten wurden in Absprache mit Prof. Dr. Kuckartz aus der von ihm durchgeführten Umweltbewusstseinsstudie übernommen. (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 2000)). Die

Die Befragung richtete sich an alle Haushalte in den untersuchten Wohnanlagen, dabei wurde in allen Wohnanlagen das gleiche Erhebungsinstrument verwendet. Daraus ergab sich ein Befragungsumfang von ca. 200 Haushalten. Die Haushalte wurden durch ein Anschreiben vom Forschungsvorhaben über das Projekt und die kommende Befragung informiert, dieses Anschreiben wurde gemeinsam mit einem eigenen Anschreiben von den jeweiligen Wohnungsbaugesellschaften an alle Haushalte verschickt bzw. verteilt. Den Schreiben lagen zusätzlich Informationen zum Datenschutz bei, sodass die Befragten sich vorab mit der laut Berliner Datenschutzgesetz notwendigen schriftlichen Einverständniserklärung zur Verwendung der Daten auseinander setzen konnten.

Die Kontaktaufnahme der InterviewerInnen mit den MieterInnen erfolgte in der Regel durch Klingeln an der Wohnungstür. Es wurde versucht mit den Angetroffenen gleich ein Interview durchzuführen. Wenn dies nicht möglich war, wurde ein Gesprächstermin vereinbart. War auch dies nicht möglich, wurden die Angetroffenen um ihre Telefonnummer gebeten, um zu einem späteren Zeitpunkt telefonisch einen Gesprächstermin vereinbaren zu können. HausbewohnerInnen, die auch nach mehrfachen Versuchen nicht angetroffen wurden, wurden mit einer Postkarte über die laufende Befragung informiert und gebeten ihre Telefonnummer für eine Kontaktaufnahme per Postkarte mit beigelegter Briefmarke mitzuteilen.

Die mündlichen Interviews hatten eine durchschnittliche Gesprächsdauer von ca. 45 Minuten. Die Interviews fanden anhand eines Fragebogens statt, der von den InterviewerInnen ausgefüllt wurde. Als Hilfsmaterialien wurden zudem verschiedene Karten eingesetzt, mit denen den Befragten die möglichen Antwortkategorien vor Augen geführt wurden. In Frageblöcken, in denen Stellung zu vorformulierten Aussagen genommen werden sollte, wurden diese den Befragten ebenfalls in Form von Karten vorgelegt. Für die Erfassung von sozioökonomischen Daten wurden Listen vorbereitet, die den Befragten erlaubten, die Antworten in einer abstrahierten Form zu geben, was die Antwort auf Fragen nach persönlichen Daten, wie Bildungsstand, derzeitige berufliche Stellung, Einkommen etc. erleichterte. So konnte auf die Frage nach dem Haushaltseinkommen beispielsweise mit der Nummer einer vorgegebenen Kategorie geantwortet werden. Der Fragebogen enthielt eine Reihe von offenen Fragen, mit denen Interessen und Wünsche der Befragten erfasst werden sollten. Entsprechend variierte die Dauer der einzelnen Gespräche je nachdem, wie ausführlich sich die Befragten zu den offenen Fragen äußerten.

Die Interviews wurden von den wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und einem studentischen Mitarbeiter, durchgeführt. Die persönliche Durchführung des größten Teils der Befragung durch die Projektmitarbeiterinnen war in mehrfacher Hinsicht von Bedeutung: Wir erhofften uns, durch die direkte und persönliche Ansprache zur Motivation der MieterInnen beizutragen, sich am weiteren Partizipationsprozess zu beteiligen. Darüber hinaus konnten so Informationen aus sogenannten „Tür-und-Angel-Gesprächen“ in das Projekt einfließen⁹, um zu einem besseren Bild über die nachbarschaftlichen Strukturen oder etwaige Konfliktlinien in den Wohnanlagen zu gelangen. Diese wurden unabhängig von den Fragebögen notiert.

Ermittlung demographischer Daten folgte den Empfehlungen der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V. Statistisches Bundesamt 1999).

⁹ Von den TeilnehmerInnen des Workshops des Teilprojektes GenderPlanning wurde mehrfach hervorgehoben, dass solche „Tür-und-Angel-Gespräche“ in der Regel sehr wertvolle Informationen liefern, die über systematische Befragungen kaum zu erfassen sind.

Die für die Fortführung des Partizipationsprozesses und die Entwicklung von Konzepten für die Gemeinschaftsnutzung relevanten Informationen wurden nach Abschluss der Befragung schriftlich zusammengefasst.

2.4.1.2 Zweite quantitative Befragung der Haushalte in den untersuchten Wohnanlagen

Die zweite quantitative Befragung war als Kurzbefragung konzipiert, deren Ziel es war, den Umfang der Nutzung der in den untersuchten Wohngebieten umgesetzten Angebote und Maßnahmen sowie Gründe für deren Nicht-Nutzung zu erfassen. Entsprechend waren die kurzen Fragebögen (vier Seiten) jeweils auf die Situation in den Wohnanlagen bezogen.

Die Befragungen wurden in den zwei untersuchten Wohnanlagen „Bremer Höhe“ und „Wohnprojekt Offensives Altern“ wie geplant im Sommer 2003 durchgeführt. In diesen beiden Wohnanlagen bestanden organisierte Gemeinschaftsnutzungen und die koordinierte Nutzung ökologischer Dienstleistungen, deren Nutzung und Nicht-Nutzung mit der quantitativen Befragung erhoben werden sollten. Die Fragebögen der Haushalte, die bereits an der ersten MieterInnenbefragung teilgenommen hatten, wurden nummeriert, sodass für die spätere Auswahl von GesprächspartnerInnen für qualitative Interviews eine Zuordnung der ersten beiden Befragungen möglich war. Über dieses Vorgehen wurden die Interviewten informiert und ihr Einverständnis eingeholt.

In der „Bremer Höhe“ wurden mit der Verleihbörse und der koordinierten Nutzung eines Gemüseabonnements Maßnahmen umgesetzt, die sich sinnvollerweise an alle BewohnerInnen der Genossenschaft wendeten und damit über den AdressatInnenkreis, der ursprünglich untersuchten Wohnanlage hinaus gingen. Dies führte dazu, dass mit der zweiten quantitativen Befragung in der „Bremer Höhe“ statt wie ursprünglich geplant 50 letztlich etwa 300 Haushalte angesprochen wurden. Im Vergleich dazu blieb die Zahl der Befragten im Projekt „Offensives Altern“ unverändert.

Die zweite MieterInnenbefragung in der „Bremer Höhe“ und im „Offensiven Altern“ wurde schriftlich mit Fragebögen durchgeführt, die die Befragten an uns zurücksenden sollten. Dazu waren den Befragungsunterlagen frankierte Rückumschläge beigelegt. Zusätzlich wurden die Befragungen mit Maßnahmen verbunden, die die Befragten zum Mitmachen motivieren sollten (Verlosung von Kinokarten und einer Ökologischen Gemüsebox).

Vor dem Hintergrund der konzeptionellen Erweiterung des Vorhabens, wurde die Kurzbefragung zur Nutzung der neu eingeführten Angebote in den Concierge-Diensten drei Monate nach der Einführung der Angebote durchgeführt. Die Befragung richtete sich an knapp 3000 Haushalte.

2.4.1.3 Qualitative Interviews mit ausgewählten Haushalten

Ziel der qualitativen Interviews war die Erhebung der konkreten Bedingungen der Nutzung sowie die vertiefte Befragung nach den Motiven und Hintergründen der Nutzung bzw. Nicht-nutzung der Angebote. Die erhobenen Daten über die Bedingungen der Nutzung dienten als Grundlage für die Abschätzung der Be- und Entlastungspotenziale sowie ggf. entstehender Zusatznutzen.

Grundlage für die Auswahl der MieterInnen für die qualitative Befragung waren die anhand

der ersten Befragung gebildeten Haushaltstypen sowie die mittels Kurzfragebogen erfasste Beteiligung an den Angeboten und Maßnahmen. Bei der Bestimmung des Samples wurde die ursprünglich geplante Vorgehensweise verändert. Aufgrund der feldnahen und praxisorientierten Ausrichtung des Vorhabens erschien ein dynamisches Vorgehen, das es erlaubte Impulse, die sich aus neu gewonnenen Erkenntnissen ergaben, unmittelbar in die Erhebung zu integrieren, gegenstandsadäquater als die ursprünglich vorgesehene formale Anbindung der Auswahl der InterviewpartnerInnen an die zweite quantitative MieterInnenbefragung. In Anlehnung an die Methode der „Grounded Theory“ und das dort angewandte Verfahren des „Theoretical Sampling“ erfolgte daher eine schrittweise Festlegung der Samplestruktur im Forschungsprozess, wobei die bereits erarbeitete Haushaltstypisierung einen wichtigen Orientierungsrahmen für die Auswahl der InterviewpartnerInnen lieferte. Entsprechend waren die Auswahl der InterviewpartnerInnen, die Durchführung der Interviews und die Auswertung keine getrennten Arbeitsphasen, vielmehr wurde jedes Interview sofort ausgewertet, um die Ergebnisse beim weiteren Vorgehen berücksichtigen zu können. Die Anzahl der Interviews richtete sich nach dem Erfordernis, alle Haushaltstypen, die die Angebote und Maßnahmen nutzten bzw. nicht nutzten, exemplarisch zu erfassen. Es wurden insgesamt 34 Interviews durchgeführt, wobei zu allen untersuchten Maßnahmen Interviews mit NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen geführt wurden.

Die Interviews wurden persönlich anhand von auf die jeweiligen Maßnahmen zugeschnittenen Frageleitfäden für NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen geführt. Die Interviews dauerten je nach Gesprächsgegenstand zwischen zehn Minuten und einer Stunde. Die Interviews mit den NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen der Angebote in den Concierge-Stationen wurden telefonisch geführt und waren mit ca. 10 Minuten Gesprächsdauer deutlich kürzer als Interviews zur Nutzung und Nicht-Nutzung von Verleihbörse, Gemüseabonnements und Ökologischem Lieferdienst. Die Interviews zu diesen komplexer strukturierten Angeboten wurden in Face-to-Face Situationen geführt und dauerten zwischen 30 Minuten und einer Stunde. Alle Interviews wurden auf Tonband aufgenommen und für die Auswertung transkribiert.

2.4.2 Beteiligungsveranstaltungen

Für die partizipative Entwicklung von Maßnahmen war in der Projektplanung vorgesehen, die Interessen der BewohnerInnen in den untersuchten Wohnanlagen durch MieterInnenbefragungen zu erkunden und darauf aufbauend Konzepte für Maßnahmen und Angebote zu erarbeiten. Als zentrales Element des Partizipationsprozesses waren Zukunftswerkstätten vorgesehen (Jungk, Müllert 1997; Kuhnt, Müllert 1996). Die Zukunftswerkstätten wurden von externen, professionellen ModeratorInnen geleitet. Neben den Zukunftswerkstätten sah die Planung der Beteiligungsverfahren Diskussions- und Informationsveranstaltungen, Workshops und Arbeitsgruppen vor.

3 Bildung von Haushaltstypen zur Charakterisierung der untersuchten Wohnanlagen

Auf Grundlage der in der ersten MieterInnenbefragung erhobenen Daten wurde eine auf das Vorhaben bezogene Haushaltstypologie erarbeitet, die dazu diente die BewohnerInnenstruktur in den Wohnanlagen zu beschreiben und spezifische Kontexte bestimmen zu können. Die Entwicklung einer Haushaltstypologie war wichtig für das methodische Vorgehen, insbesondere für die Auswahl der InterviewpartnerInnen lieferte sie einen wichtigen Informationsrahmen. Die Erarbeitung einer eigenen Haushaltstypologie erschien uns geboten, damit die ermittelten Typen konkreter an der Bewohnerstruktur in den großstädtischen Wohnanlagen in unserem Vorhaben ansetzen. Darüber hinaus ist eine saubere Zuordnung zu vorhandenen Typologien, wie beispielsweise der Konsumstil-Typologie des Instituts für sozial-ökologische Forschung (ISOE) (Umweltbundesamt 2002) mit methodischen Hindernissen verbunden, da hierzu keine Operationalisierungen vorliegen, die in Erhebungsinstrumenten eingesetzt werden können (vgl. dazu auch Brand et al. 2003). Zum Teil sind jedoch im Rahmen der Interpretation der Daten Vergleiche mit den bestehenden Typologien möglich und sinnvoll. Die ermittelte Haushaltstypologie stellt eine wichtige Grundlage für die Charakterisierung der betrachteten Wohnanlagen dar. Wir werden daher im Folgenden die erarbeitete Haushaltstypologie beschreiben, um uns in den folgenden Kapiteln darauf beziehen zu können.

Insgesamt wurden in der ersten MieterInnenbefragung in den vier ausgewählten Wohnanlagen 125 der 203 vorhandenen Haushalte befragt und damit eine Beteiligungsquote von 61,6 % erreicht. Zwischen den einzelnen untersuchten Wohnanlagen variiert die Beteiligungsquote ziemlich stark. Während im Wohnprojekt „Offensives Altern“ und in den ausgewählten Aufgängen der „Bremer Höhe“ mit jeweils knapp 90 % fast alle Haushalte erreicht werden konnten, liegt die Beteiligung im Hochhaus am Wuhletal (42,6 %) und der Rollbergsiedlung (49,3 %) unter 50 %.

Die Typologisierung der Haushalte wurde mittels einer Clusteranalyse vorgenommen, es flossen Merkmale aus sieben Bereichen ein:

- Lebenssituation
(Singlehaushalt (ja/nein), Alter (<40, >60), Kinder im Haushalt (ja/nein), allein erziehend (ja/nein))
- Sozialindikatoren
(hoher Bildungsabschluss (ja: Abitur oder höher/nein), Haushaltseinkommen (hoch: > 2000 €, niedrig: < 1000 €))
- Konsumausstattung
(Unterhaltungselektronik, Information + Kommunikation, Küche/Reinigung/Waschen)
- Verkehr Mobilität
(Autobesitz (ja/nein), BVG-Nutzung (ja/nein))
- Ökologisches Handeln
(regelmäßiger Kauf von Ökoprodukten (ja/nein), Skala „Umweltverhalten“¹⁰ (</> Median der Gesamtstichprobe))
- Nachbarschaftseinbindung
- Partnerschaftliche Haushaltsführung

¹⁰ In die Skala zum Umweltverhalten gingen folgende Items ein: Verwendung von Akkus, Kauf von (bzw. Verzicht auf) Getränkedosen, Sammeln von Bio-Abfall, Kauf von saisonalem Obst und Gemüse, Information über Umweltfragen, Verwendung von Nachfüllpackungen, Kauf von Pfandflaschen, Verwendung von Energiesparlampen, Verwendung/Kauf von verbrauchsarmen Haushaltsgeräten, Ausschalten von Stand-By-Geräten.

Die ermittelte Haushaltstypologie basiert auf der Befragung von 125 Haushalten in den vier untersuchten Wohnanlagen und ist entsprechend nicht als allgemeine Typologie zu verstehen, sondern bildet die Besonderheiten der ausgewählten Wohnanlagen ab. Sie umfasst jedoch verschiedene Milieus in der Großstadt, da die untersuchten Wohnanlagen zum Teil am Stadtrand und zum Teil in der Innenstadt liegen und sowohl eine Wohnanlage aus einem Szene-Bezirk als auch ein Haus aus einem sozialen Brennpunkt enthalten sind. Der Anteil an Einpersonenhaushalten in unserer Stichprobe beträgt 48 %, was dem Berliner Durchschnitt von knapp 50 % entspricht.

Die neun Haushaltstypen werden in Tabelle 1 ausführlicher beschrieben.

Tabelle 1 Beschreibung der Haushaltstypen in den untersuchten Wohnanlagen

Haushaltstyp	Beschreibung
I Wohngemeinschaften und junge Paare mit überwiegender partnerschaftlicher Haushaltsführung HG ¹¹ = 2,6 10 % der Stichprobe (12 Haushalte)	Dies ist der vergleichsweise jüngste Typ (Durchschnittsalter 33). Das Einkommen ist mittel bis hoch, 25 % haben Kinder, bei 50 % ist das Bildungsniveau hoch. Sie weisen eine sehr hohe Ausstattung mit Unterhaltungselektronik auf. 75 % sind Autobesitzer, aber auch zu 92 % BVG-NutzerInnen. Ökoprodukte werden nur selten „regelmäßig“, häufig aber „punktuell“ gekauft. Das Umweltverhalten ¹² ist sehr unterdurchschnittlich. In über 90 % der Haushalte wird partnerschaftliche Haushaltsführung angegeben.
II Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen) HG = 1 17 % der Stichprobe (21 Haushalte)	Diese Cluster ist mit 21 Haushalten die zweitgrößte Gruppe der Typologie. Das Alter ist in dieser Gruppe am höchsten: 77 % der Befragten sind über 60. Kennzeichnend für diesen Haushaltstyp sind niedriger Bildungsabschluss, niedriges Einkommen, eine sehr geringe Ausstattung in allen drei betrachteten Konsumbereichen ¹³ und der geringe Kauf von Ökoprodukten. Die Befragten aus diesem Cluster sind allgemein relativ wenig mobil: kaum BVG-Nutzung und kaum Autobesitz. Etwa die Hälfte - vor allem Frauen aus dem Wohnprojekt „Offensives Altern“ - hat eine gute Einbindung in die Nachbarschaft.
III Allein erziehende Frauen und junge Familien HG = 2,5 15 % der Stichprobe (19 Haushalte)	Ein großer Teil (74 %) dieser Gruppe hat einen hohen Bildungsabschluss, 74 % sind unter 40 Jahre alt. Das Einkommen ist eher mittel bis niedrig. Ökoprodukte werden relativ häufig regelmäßig gekauft, und es ist großes Interesse vorhanden (noch) mehr Ökoprodukte zu kaufen. Die Nachbarschaftseinbindung ist gut. Ansonsten ist diese Gruppe „ziemlich normal“, d.h. durchschnittlicher Autobesitz und durchschnittliche BVG-Nutzung.
IV Ältere Paare, z.T. finanziell schlecht gestellt HG = 2,0 6 % der Stichprobe (8 Haushalte)	Hierbei handelt es sich um die zweitälteste Gruppe. Dieses Cluster ist im Prinzip wie Typ II, aber jetzt als Paarhaushalt, finanziell etwas besser gestellt und mit höherer Konsumausstattung. Demgegenüber ist die Nachbarschaftseinbindung schlechter. Es besteht überdurchschnittlich häufig partnerschaftliche Haushaltsführung, in drei Haushalten wird die Hausarbeit aufgrund des Gesundheitszustandes der Frau vollständig vom Mann übernommen. Dieser Haushaltstyp findet sich vor allem an Standorten mit guter, fußläufig erreichbarer Infrastruktur, was möglicherweise eine Erklärung für geringe Anteile an Auto- und BVG-Nutzung ist.

¹¹ HG = durchschnittliche Haushaltsgröße

¹² Erläuterung siehe Fußnote 10.

¹³ Unterhaltungselektronik, Information + Kommunikation, Küche/Reinigung/Waschen

V Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern HG=2,0 7 % der Stichprobe (9 Haushalte)	Dieses Cluster gehört überwiegend zur Altersgruppe 40 bis 60 Jahre. Kinder leben nicht (mehr) im Haushalt. Kennzeichnend sind partnerschaftliche Haushaltsführung, hohes Einkommen und hoher Bildungsabschluss - quasi der moderne Mittelstand. Die Konsumausstattung ist mittel bis hoch. Hinsichtlich von Umweltverhalten und Kauf von Öko-Produkten ist dieses Cluster Spitze. Die Nachbarschaftseinbindung ist nur bei 33 % der Befragten dieses Clusters gut.
VI Mittelalte allein Lebende (überwiegend Männer) HG=1,0 23 % der Stichprobe (27 Haushalte)	Dies ist das zahlenmäßig größte Cluster. Die Einpersonenhaushalte in diesem Cluster sind überwiegend männlich (60 %, d.h. für die Stichprobe stark überrepräsentiert) und eher jünger, d.h. niemand ist in der Altersgruppe 60+. Das Einkommen ist mittel bis niedrig. Bemerkenswert ist die hohe Ausstattung mit Unterhaltungselektronik. Das Umweltverhalten und die Nachbarschaftseinbindung sind wenig ausgeprägt.
VII Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 u. 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung HG = 2,0 6 % der Stichprobe (8 Haushalte)	In diesem Typ finden sich unterschiedliche Lebenslagen zusammen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße ist 2,0. Alle sind zwischen 40 und 60. Nur ein Viertel der Personen dieses Clusters lebt allein. Einige leben mit Kindern, zum Teil als allein Erziehende. Auch Erwachsene, die mit ihren Eltern zusammenleben, sind hier anzutreffen. Das Einkommen ist überwiegend sehr niedrig, fast alle Befragten haben kein Abitur. Keiner der Haushalte hat ein Auto. Die Ausstattung mit Geräten ist sehr hoch, besonders bei Unterhaltungselektronik und Reinigung/Waschen. In keinem der Haushalte werden regelmäßig Ökoprodukte gekauft, auch das Interesse mehr Ökoprodukte zu kaufen ist unterdurchschnittlich. Das Umweltverhalten ist aber zu 50 % positiv. Die Nachbarschaftseinbindung ist sehr hoch. 75 % der Personen dieses Clusters sind arbeitslos.
VIII Familien mit Kindern (überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit) HG = 3,7 10 % der Stichprobe (13 Haushalte)	Die Befragten aus diesem Cluster sind relativ jung, alle sind unter 60, 54 % sind unter 40. Es leben Kinder im Haushalt. Dieses Cluster hat die größte Haushaltsgröße (Durchschnitt 3,7). Die Einkommenslage ist gut. Die Nachbarschaftseinbindung ist nur bei 39 % gut. Der Anteil der Autobesitzer ist in diesem Cluster am höchsten (92 %), die BVG wird eher wenig genutzt. Die Ausstattung der Haushalte mit Geräten ist hoch. Das Umweltverhalten ist relativ stark ausgeprägt, Ökoprodukte werden jedoch nur selten regelmäßig gekauft, obwohl häufig der Wunsch geäußert wurde mehr Ökoprodukte zu kaufen. Partnerschaftliche Haushaltsführung ist relativ selten, vermutlich also klassische Rollenaufteilung. Die Kinder sind mehrheitlich älter als sechs Jahre, vor allem finden sich Kinder im jugendlichen Alter.
IX Allein lebende über 40 meist mit guter Nachbarschaftseinbindung (überwiegend Frauen) HG=1,0 6 % der Stichprobe (8 Haushalte)	Dieses Cluster ist eine eher ältere Gruppe, keine Person im Cluster ist unter 40. Die Bildung ist relativ hoch, das Einkommen liegt im mittleren Bereich. Von allen wird regelmäßig die BVG genutzt, kein Autobesitz. Das Umweltverhalten ist überdurchschnittlich, die Nachbarschaftseinbindung hoch. In den Haushalten ist so gut wie keine Ausstattung mit Unterhaltungselektronik vorhanden, nur mit Geräten aus dem Bereich Küche/Reinigung/Waschen sind die Haushalte gut ausgestattet.

In Bezug auf Gender-Aspekte sind bei den ermittelten Typen von Einpersonenhaushalten geschlechtsspezifische Tendenzen festzustellen: Innerhalb eines Typs finden sich entweder überwiegend Frauenhaushalte oder überwiegend Männerhaushalte. So handelt es sich bei den Haushaltstypen II „Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende“ und IX „Allein Lebende über 40 mit guter Nachbarschaftseinbindung“ überwiegend um von Frauen geführte Einpersonenhaushalte, während bei den Haushalten aus dem Haushaltstyp VI „Mittelalte allein Lebende“ Männer in Bezug auf die Verteilung in der Gesamtstichprobe deutlich überre-

präsentiert sind. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass die Haushaltstypen II und IX, in denen die Einpersonenhaushalte von Frauen überwiegen, eine stärkere Nachbarschaftseinbindung haben als der Haushaltstyp VI.

Bei den Mehrpersonenhaushalten wurde im Hinblick auf Gender-Aspekte danach differenziert, ob angegeben wurde, dass die Haushaltsführung partnerschaftlich organisiert wird oder ob eine Frau bzw. ein Mann für die Haushaltsführung zuständig ist. Dies ergab, dass bei den Haushaltstypen I „Wohngemeinschaften und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung“ und V „Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern“ die Angabe einer partnerschaftlichen Haushaltsführung überwiegt, während im Typ VIII „Familien mit Kindern“ sowie bei den jungen Familien aus dem Haushaltstyp III (Allein erziehende Frauen und junge Familien) die Haushaltsführung bis auf wenige Ausnahmen den Frauen obliegt.

Insgesamt ist der Haushaltstyp VI „Mittelalte allein Lebende“ mit 21,6 % der Gesamtstichprobe am häufigsten vertreten, gefolgt von den Haushaltstypen II „Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende“ mit 16,8 % und III „Allein erziehende Frauen und junge Familien“ mit 15,2 %.

Im Hinblick auf die Zielsetzung unseres Vorhabens ist in Bezug auf die verschiedenen Haushaltstypen und ihre Verteilung in den untersuchten Wohnanlagen von Interesse, inwieweit ein Zusammenhang zwischen der Typologisierung der Haushalte und dem Interesse an Maßnahmen zum nachhaltigen Konsum besteht. Um sich dieser Frage anzunähern wurde eine Skala „Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten im Wohnumfeld“ gebildet. Dabei wurden Merkmale zu verschiedenen Aspekten der Förderung von nachhaltigem Konsum berücksichtigt, sodass das Interesse an Gemeinschaftsnutzungen nur ein Faktor unter mehreren ist. Die folgenden Merkmale sind in die Bildung der Skala „Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten im Wohnumfeld“ eingeflossen:

- Nutzungsinteresse an einer Leihmöglichkeit für Gegenstände
- Nutzungsinteresse an Gemeinschaftseinrichtungen
- Bereitschaft Gegenstände an Nachbarn zu verleihen (Ausleihbereitschaft)
- Einfluss von Leihmöglichkeiten auf eine Anschaffungsentscheidung (Substitutionsbereitschaft)
- Bedarf an Nachbarschaftshilfe
- Bereitschaft zur Nachbarschaftshilfe
- Interesse an Car-Sharing
- Interesse an Umweltberatung
- Interesse am Lieferdienst „Gemüsekiste“

Die Skala umfasst alle möglichen Werte zwischen 0 („kein Interesse“) und 9 („höchstes Interesse“) als Maß für das Interesse an Maßnahmen zum nachhaltigen Konsum. Der Median der Gesamtstichprobe liegt beim Wert 4. Anzumerken ist in diesem Zusammenhang, dass sich die Skala auf das geäußerte Interesse bezieht, d.h. es kann keine Aussage darüber gemacht werden, inwieweit die Haushalte entsprechende Angebote tatsächlich nutzen würden.

Anhand des jeweiligen „Interesses an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten im Wohnumfeld“ - gemessen am Skalenmedian der einzelnen Haushaltstypen -

können die Haushaltstypen zu drei Gruppen zusammengefasst werden, die in Tabelle 2 dargestellt sind.

Tabelle 2 Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten bei den in den untersuchten Wohngebieten vorhandenen Haushaltstypen

Gruppe	zugeordnete Haushaltstypen
Überdurchschnittlich Interessierte Median des Haushaltstyps liegt deutlich über dem Median der Gesamtstichprobe 38,4 % der Gesamtstichprobe	I Wohngemeinschaften und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung
	III Allein erziehende Frauen und junge Familien
	V Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern
	IX Allein lebende über 40 meist mit guter Nachbarschaftseinbindung (überwiegend Frauen)
Partiell Interessierte Median des Haushaltstyps entspricht in etwa dem Median der Gesamtstichprobe 38,4 % der Gesamtstichprobe	VI Mittelalte allein Lebende (überwiegend Männer)
	VII Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 u. 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung
	VIII Familien mit Kindern (überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit)
Nicht Interessierte Median des Haushaltstyps liegt deutlich unter dem Median der Gesamtstichprobe 23,2 % der Gesamtstichprobe	II Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen)
	IV Ältere finanziell schlecht gestellte Paare

Überdurchschnittlich an Maßnahmen zu nachhaltigem Konsum interessiert sind demnach vor allem jüngere Haushalte. In Bezug auf gemeinschaftliche Nutzungen hängt dieses Interesse möglicherweise damit zusammen, dass in diesen Haushalten (noch) Ausstattungslücken vorhanden sind, sodass die Nutzung von Verleihangeboten und Gemeinschaftseinrichtung für diese Haushalte interessant ist. Darüber hinaus ist unter Gender-Aspekten bedeutsam, dass in erheblichem Maße solche Haushalte Interesse an Maßnahmen zu nachhaltigem Konsum geäußert haben, bei denen eine partnerschaftliche Haushaltsführung angegeben wurde. Dieser Trend steht in Übereinstimmung mit Ergebnissen einer Sekundäranalyse der am ISOE durchgeführten Haushaltsexploration, die zeigte, dass das Anstreben eines partnerschaftlichen Geschlechtermodells mit einer Umweltorientierung verbunden ist (vgl. Empacher et al. 2002).

4 Anknüpfungspunkte für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld

Im Rahmen des Forschungsvorhabens wurde eine Recherche zum vorhandenen Spektrum an Angeboten und Projekten durchgeführt, die Anknüpfungsmöglichkeiten für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld bieten können. Dabei haben wir neben Angeboten, die schwerpunktmäßig in der Debatte zu ökologischen oder öko-effizienten Dienstleistungen diskutiert werden, auch gemeinwesenorientierte Projekte, die Potenziale für ressourcenschonende Nutzungsstrategien beinhalten, sowie wohnumfeldbezogene Dienstleistungsangebote berücksichtigt. Neben Literatur- und Internetrecherchen wurden hierzu auch sondierende ExpertInnengespräche mit entsprechenden Anbietern durchgeführt.

Die verschiedenen Angebote und Projekte, die im weiteren Sinne ökologischen Dienstleistungen und organisierten Gemeinschaftsnutzungen zuzurechnen sind, wurden anhand der Kategorien

- kommerzielle Angebote (4.1),
- wohnanlagenbezogene Gemeinschaftsnutzungsangebote (4.2),
- Dienstleistungsangebote von Wohnungsunternehmen (4.3) sowie
- ehrenamtlich getragene Initiativen und Projekte (4.4)

systematisiert.

Im Folgenden werden die Rechercheergebnisse zu diesen Bereichen beschrieben.

4.1 Kommerzielle Angebote

Kommerzielle Angebote für Gemeinschaftsnutzungsstrategien und ökologische Dienstleistungen für Privathaushalte sind verschiedene Mietangebote, Car-Sharing, Angebote im Bereich der Wäschepflege sowie als ökologisch positiv einzuschätzende Lieferdienste (Öko-produkte, Getränke in Pfandflaschen).

Die Vermietung von Produkten wird als eine Strategie zur Nutzungsintensivierung diskutiert, im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen dabei Werkzeuge und Gartengeräte (Do-it-yourself-Geräte) sowie Sportgeräte. Da die Vermietung von Sportgeräten vor allem im Hinblick auf die Miete am Urlaubsort diskutiert wird (Ski- und Bootsverleihe, Fahrräder), sind diese Ergebnisse für unsere Fragestellung von untergeordneter Bedeutung. Einzig der Bereich Fahrräder könnte auch für Gemeinschaftsnutzungen im Wohnumfeld in Frage kommen. Bei der Fahrradvermietung wurde im Rahmen einer österreichischen Recherche allerdings auf einen hohen Wartungsaufwand verwiesen, der dieses Geschäftsfeld leicht unrentabel werden lässt (Jasch, Hrauda 2000).

Mietangebote für Heimwerker- und Gartengeräte stellen häufig Zusatzangebote im Rahmen vorhandener Verkaufsgeschäfte dar. Von den überwiegend männlichen Kunden werden vor allem selten genutzte Geräte bzw. große und teure Geräte für spezifische Arbeiten gemietet, das Mieten von Geräten dient in der Regel zur Deckung eines kurzfristigen Bedarfs für eine einmalige Aktion (Behrendt, Behr 2000; Littig, Machold, Scheiblhofer 1998). Vor diesem

Hintergrund ist es als unwahrscheinlich anzusehen, dass ein lokal bezogenes Vermietungsangebot rentabel betrieben werden kann.

Car-Sharing-Organisationen existieren in der Bundesrepublik in vielfacher Form - vom eingetragenen Verein bis zur Aktiengesellschaft. Anfang 2004 waren insgesamt 75 Organisationen im deutschen Bundesverband Car-Sharing e. V. registriert. In Berlin wird Car-Sharing von der StattAuto Car-Sharing AG, dem bundesweit größten Car-Sharing-Unternehmen, angeboten, die eine Vielzahl dezentraler Stationen im Stadtgebiet betreibt. In den letzten Jahren haben verschiedene Car-Sharing-Unternehmen (u.a. auch StattAuto) mit Wohnungsbaunternehmen kooperiert, um über diese Angebotsform neue Kundenkreise zu erschließen. Zum Teil wurden diese Kooperationen allerdings wieder eingestellt, da sich die Erwartungen nicht in ausreichendem Maße erfüllten: Es konnten durch die Kooperationen kaum neue Kundenkreise erschlossen werden. Als eine mögliche Ursache hierfür ist anzusehen, dass sich die Nutzungsbedingungen des Car-Sharings gegenüber der herkömmlichen Mitgliedschaft in der Car-Sharing-Organisation kaum unterscheiden. Die MieterInnen des kooperierenden Wohnungsunternehmens erhalten günstigere Tarife, zum Teil wurden nahe der Wohnanlage neue Stationen eingerichtet, die nicht-monetären Transaktionskosten der Car-Sharing-Nutzung (z.B. Planungsaufwand durch die Notwendigkeit der Vorbuchung) wurden dabei jedoch kaum verringert (Köhler 2004).

Potenziell umweltentlastende kommerzielle Angebote im Bereich der Wäschepflege sind öffentliche und kommerzielle Waschsalons sowie Wäschedienstleistungen. Die Anzahl der kommerziellen Waschsalons in Deutschland wird auf 200 - 800 geschätzt, 1999 fanden sich unter der Bezeichnung Waschsalon 410 Einträge im Telefonbuch (Hirschl 2000). Der Markt für den Betrieb von Waschsalons stagniert weitgehend, das heißt es findet im Wesentlichen ein Verdrängungswettbewerb statt. Waschsalons bieten vor allem denjenigen Haushalten eine Möglichkeit zur Wäschepflege, die keine eigene Waschmaschine besitzen. Dabei deutet die Entwicklung des Ausstattungsgrads mit Waschmaschinen darauf hin, dass es (anders als beim Kühlschrank) möglicherweise konstant einen gewissen Prozentsatz von Haushalten gibt, der auf den Besitz einer Waschmaschine verzichtet. Bei den derzeit ca. 3 Mio. Haushalten ohne eigene Waschmaschine handelt es sich zum überwiegenden Teil um Haushalte von allein Lebenden, die meist entweder unter 35 oder über 70 Jahre alt sind (vgl. Hirschl et al. 2001). Eine Nutzerbefragung in einem ECO-Express-Waschsalon bestätigt diese Charakteristika: 65 % der Waschalonnutzer sind zwischen 20 und 35 Jahren alt, das Einkommen ist vergleichsweise niedrig, 56 % sind Männer. Das Fehlen einer eigenen Waschmaschine ist ein wesentliches Motiv für die Nutzung des Waschsalons (Pfitzner, Behrend 2000). Kooperationen zwischen Wohnungsunternehmen und Anbietern kommerzieller Waschsalons sind grundsätzlich denkbar und werden zum Teil auch praktiziert (z.B. Vermietung von Räumen an Anbieter von Waschsalons, Beauftragung eines Waschsalon-Unternehmens für den Betrieb von Gemeinschaftswascheinrichtungen), häufiger ist jedoch der Betrieb von eigenen Gemeinschaftseinrichtungen durch ein Wohnungsunternehmen (s.u.).

Wäschedienstleistungen (Wäschereien und Reinigungen) werden aktuell von Privatkunden überwiegend für besondere Textilien oder Kleidungsstücke genutzt. Das Privatkundengeschäft der Wasch- und Reinigungsbetriebe ist jedoch insgesamt rückläufig während der Bereich der gewerblichen Kunden kontinuierlich ansteigt (Hirschl 2000). Potenziale im Privatkundenbereich werden vor allem für bestimmte Zielgruppen (SeniorInnen, einkommens-

starke Singles) und im Bereich spezieller Angebote wie Hemden- oder Bettwäsche-Service (z.B. Good-Night-Mietwäsche-Service der Fa. Stegemann Berlin). Aufgrund des Einsatzes von effizienter Technik wird dem „Good Night Service“ seitens der anbietenden Firma ein erhebliches Umweltentlastungspotenzial zugesprochen (Hirschl et al. 2000: Beitrag von Gerhard Hofmeister (Fa. Stegemann)). Wäschedienstleistungen werden als ein Bereich angesehen, in dem die Wohnungswirtschaft insbesondere für bestimmte Zielgruppen (SeniorInnen, Singles) gut als Dienstleistungsvermittler auftreten kann (Scharp, Atmatzidis 1999).

Lieferdienste können als ökologisch positiv eingeschätzt werden, wenn sie die Nutzung umweltfreundlicherer Produkte fördern. So tragen Gemüseabonnements trotz des durch die Lieferungen bedingten zusätzlichen Verkehrsaufwands durch die Erhöhung des Verzehrs von Gemüse aus ökologischem Landbau zur Umweltentlastung bei (Cunningham, van Rùth, Weller 2000). Eine Bündelung der Nachfrage im Wohnumfeld könnte zur Reduzierung von Lieferstrecken beitragen und zudem zum Abbau von Nutzungshemmnissen (z.B. Höhe der Liefergebühren, Anwesenheit bei Lieferung, fehlende Verfügbarkeit von Informationen über mögliche Anbieter dieser Dienstleistung) beitragen. Ein weiterer Lieferdienst, von dem potenziell ökologische Entlastungen zu erwarten sind, ist die Lieferung von Getränken in Pfandflaschen. Sondierende Gespräche mit Anbietern (Getränkeeinzelhandel) zeigten dabei unterschiedliche Bereitschaft bei einer räumlich gebündelten Nachfrage Ermäßigungen bei der Liefergebühr zu gewähren. So äußerte der Mitarbeiter der Marketing-Abteilung einer Berliner Getränkehandelskette die Einschätzung, dass sich ein solches Angebot für sein Unternehmen nicht lohnen würde, da in Mietwohnungen aufgrund des geringen Stauraums nur kleine Mengen bestellt würden und der Abrechnungsaufwand mit den einzelnen Kunden ebenfalls als Kostenfaktor zu Buche schlagen würde. Demgegenüber äußerte der Betreiber eines kleinen Getränkeeinzelhandels grundsätzliches Interesse an der Beteiligung an einem solchen Angebot, da er angesichts einer rückläufigen Nachfrage zunehmend unter Existenzdruck steht und daher sehr an Aktionen interessiert ist, mit denen neue Kundenkreise erschlossen werden können.

Als Ergebnis unserer Recherche ist festzuhalten, dass das Spektrum an kommerziellen Angeboten für Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen sehr begrenzt ist und insbesondere in den letzten Jahren kaum neue Angebote hinzugekommen sind. Dies ist insofern bemerkenswert als im Vergleich dazu im Buisness-to-Buisness-Bereich immer mehr gelungene Beispiele für ökologische Dienstleistungen beschrieben werden. Als Ursache hierfür wird angesehen, dass im Konsumgüterbereich spezifische Probleme bestehen, die eine Ausweitung ökologischer Dienstleistungen hemmen. Diese hängen mit den komplexen Nutzenbündeln zusammen, die private KonsumentInnen mit Konsumgütern verbinden, sowie mit ökonomischen Faktoren, wie hohen Transaktionskosten aufgrund von geringen Umsatzvolumina (vgl. Schrader 1998b; Behrendt, Pfitzner 1999). Tendenziell ist zu beobachten, dass sich in letzter Zeit - wenn auch insgesamt in begrenztem Maße - insbesondere solche Angebote etablieren konnten, die durch die Ausweitung von Dienstleistungsanteilen Nutzungshemmnisse auszugleichen versuchen (z.B. Veränderungen beim Car-Sharing, stärkere Dienstleistungsorientierung bei Gemüseabonnements). Dies lässt darauf schließen, dass die Ergänzung von ökologischen Angeboten durch einen Dienstleistungsanteil durchaus Anknüpfungspunkte für die Entwicklung kommerzieller ökologischer Dienstleistungen darstellen kann (z.B. durch spezifische Kombinationen mit Lieferdiensten), diese werden

von potenziellen Anbietern allerdings nicht gesehen.

Insofern besteht im Bereich der kommerziellen Angebote nur ein geringes Potenzial an Kooperationspartnern für Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld, auch ist die Übertragung der vorhandenen Angebote auf das Wohnumfeld zum Teil problematisch (z.B. wenn es sich um ergänzende Angebote eines anderen Kerngeschäfts handelt). Im Hinblick auf mögliche Umsetzungen im Wohnumfeld stellt sich grundsätzlich die Frage, inwieweit ökologisch vorteilhafte Lieferdienste durch eine koordinierte Inanspruchnahme bzw. eine Bündelung der Nachfrage im Wohnumfeld gestärkt werden können.

4.2 Wohnanlagenbezogene Gemeinschaftsnutzungsangebote

Relativ weit verbreitete wohnanlagenbezogene Gemeinschaftsnutzungsangebote sind Gemeinschaftsräume und Waschküchen. Gemeinschaftsräume (z.B. Treffpunkte, Partyräume, Hobbykeller) stellen zwar keinen unmittelbaren Beitrag zu einem nachhaltigeren Konsumverhalten dar, sie können aber vermittelt durch die Förderung des nachbarschaftlichen Lebens zur Entwicklung von gemeinschaftlichen Nutzungen beitragen. Sozialwissenschaftliche Untersuchungen zu Gemeinschaftsräumen und -einrichtungen verweisen dabei darauf, dass die Aneignung solcher Räume durch verschiedene BewohnerInnen bzw. BewohnerInnengruppen unterschiedlich und zum Teil ungleich verteilt ist (Schrader 1998a; Littig 2000). Die Organisation der Nutzung und des Zugangs zu solchen Räumen ist daher mit Sensibilität für die unterschiedlichen Voraussetzungen der BewohnerInnen zu gestalten.

Eine im Rahmen der Fallstudie zum „Nachhaltigen Waschen“ des EU-Projektes zu „Eco-Services“ (Pfitzner, Behrendt 2000) durchgeführte stichprobenartige Befragung von Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften in Berlin ergab, dass von vielen Wohnungsunternehmen im Westen der Stadt Wascheinrichtungen betrieben werden. Besonders verbreitet sind gemeinschaftliche Wascheinrichtungen bei Genossenschaften. Einzugsgebiet, Umfang und Einrichtung der Wascheinrichtungen sind sehr unterschiedlich, eine systematische Bestandsaufnahme existiert hierzu nicht. Die Wascheinrichtungen werden mehrheitlich von den Wohnungsbaugesellschaften bzw. -genossenschaften selbst betrieben. Die Nutzung der angebotenen Wascheinrichtungen in den zehn im Rahmen der EU-Studie intensiver befragten Gesellschaften ist unterschiedlich stark: Fünf Gesellschaften gaben an, dass ihre Einrichtungen so regelmäßig genutzt werden, dass sie kostendeckend arbeiten, bei vier werden von den existierenden Einrichtungen nur wenige regelmäßig genutzt bzw. ist die Nutzung in den letzten 10-15 Jahren rückläufig gewesen. Eine Gesellschaft erklärte, dass sie ihre Einrichtungen, obwohl sie kaum genutzt werden, nicht abschaffen werde, da sie einen Service insbesondere für einkommensschwache MieterInnen darstelle. Als aktueller Trend wurde in der Studie festgestellt, in Neubauten insbesondere für bestimmte Zielgruppen (Appartments, Studentenwohnheime) Wascheinrichtungen einzuplanen. Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse sowie der Erkenntnisse über die Nutzung von Waschsälen (s.o.) erscheint die Neueinrichtung von Gemeinschaftswascheinrichtungen in erster Linie für ausgewählte Zielgruppen geeignet.

Darüber hinaus existieren einige wenige Beispiele von anderen konsumrelevanten wohnanlagenbezogener Gemeinschaftsnutzungen, bei denen es sich jedoch häufig um Einzel- oder Pilotprojekte handelt.

So betreibt die GSW Gießen in einer Wohnanlage ein eigenes Car-Sharing-Angebot, dessen

Nutzungsbedingungen flexibler sind als bei herkömmlichen Car-Sharing-Organisationen (z.B. ist Spontan- und Open-End-Nutzung bis zu 24 Stunden möglich). Das Angebot hat eine leichte, von der Wohnungsbaugesellschaft als tragbar empfundene Unterdeckung der laufenden Kosten, da das Car-Sharing die Attraktivität der Wohnanlage insgesamt erhöht (Freudenau 1999; Köhler 2004). Insgesamt treten Wohnungsunternehmen jedoch kaum selbst als Anbieter eines eigenen Car-Sharings auf.

An der Fachhochschule Fulda wurde eine zentrale Tiefkühl-Service-Station entwickelt, die jedoch noch nicht in der Praxis erprobt bzw. marktfähig ist (Dylla et al. 2002).

Aus den Ergebnissen unserer Recherchen wird deutlich, dass Ansätze für wohnanlagenbezogene Gemeinschaftsnutzungsangebote existieren und zum Teil auch praktiziert werden. Diese sind jedoch mit hohen Investitionskosten und/oder aufwändigen baulichen Maßnahmen verbunden, weshalb sie nicht in den Katalog der im Rahmen unseres Vorhabens umsetzbaren möglichen Maßnahmen aufgenommen wurden.

4.3 Dienstleistungsangebote von Wohnungsunternehmen

Zunehmend werden von Wohnungsbauunternehmen über die Vermietung von Wohnraum hinaus Dienstleistungen angeboten. Ihre Ausrichtung unterscheidet sich je nach Problemlagen und Zielgruppen in den Wohnanlagen. Entsprechende Dienstleistungsangebote dienen dabei vorrangig zur Stabilisierung des Kerngeschäftes (Mieterbindung) und weniger der Erwirtschaftung zusätzlicher Gewinne. Das Spektrum der Dienstleistungsangebote umfasst dabei Dienste rund um die Wohnungsversorgung (z.B. Umzugsmanagement und Wohnungstausch), technische und handwerkliche Dienstleistungen, haushaltsbezogene Dienste bzw. deren Vermittlung (z.B. Concierge-Logen), Beratungsangebote sowie verschiedene Maßnahmen, die auf die Unterstützung des sozialen Lebens sowie die Verbesserung des Umfelds abzielen (z.B. Bereitstellung von Räumlichkeiten für BewohnerInneninitiativen, Einrichtung von MieterInnenbeiräten, Gestaltungswettbewerbe, Veranstaltungen) (Hohm et al. 2002; Scharp et al. 1999). Zu beobachten ist zudem, dass viele Dienstleistungen im Wohnungsbereich in nicht kommerzieller Form angeboten werden (Jonuschat, Scharp 2004).

Bemerkenswert ist der hohe Stellenwert von Dienstleistungen und Angeboten, die sich auf soziale Fragen und die Gestaltung des nachbarschaftlichen Lebens beziehen. Hierin spiegelt sich die Bedeutung des Wohnumfelds als ein Ort des sozialen Lebens wider. Zudem wird die Nachbarschaft zunehmend als ein Faktor der Lebensqualität angesehen (vgl. Hohm et al. 2002). Neben sozialen Fragestellungen sind insbesondere auch Aspekte der Entwicklung neuer Wohn- und Lebensformen im Alter ein zentrales Feld von Dienstleistungsaktivitäten im Wohnumfeld sowie entsprechenden Forschungsvorhaben (z.B. BMFSFJ 1999; Meyer, Schulze 1999a u. 1999b).

Im Rahmen des breiten Spektrums von Dienstleistungsangeboten der Wohnungswirtschaft sind im Hinblick auf die auf das Konsumverhalten und damit verbundenen Alltagsanforderungen bezogene Fragestellung unseres Forschungsvorhabens Angebote von haushaltsbezogenen Dienstleistungen bzw. deren Vermittlung von Interesse. Eine wesentliche Form für das Angebot und die Vermittlung von haushaltsnahen Dienstleistungen stellen Concierge-Logen dar. Diese werden von verschiedenen Wohnungsbaugesellschaften angeboten, insbesondere um durch dieses in der Regel kostenlose Service-Angebot in Zeiten von Vermietungsproblemen MieterInnen zu binden. Conciergen werden je nach Standort mit unter-

schiedlichen Zielsetzungen und entsprechend unterschiedlichen Angebotsstrukturen gestaltet. Diese reichen von der Stärkung des Sicherheitsgefühls in problematischen Gebieten bis zu gehobenem Servicewohnen.

Ein wesentlicher Aspekt von Conciergen ist, dass durch das Angebot der Alltag der BewohnerInnen erleichtert werden soll. Klassische Dienste in diesem Zusammenhang sind die Annahme von Paketen oder Blumenpflege bei Abwesenheit. Concierge-Dienstleistungen werden auch eingesetzt, um einer alternden Mieterschaft länger ein selbständiges Wohnen zu ermöglichen oder um Infrastrukturmängel (z.B. fehlende Einzelhandelsangebote in unmittelbarer Nähe) auszugleichen.¹⁴ So werden im Rahmen von Concierge-Diensten zum Teil Lieferdienste für Konsumgüter angeboten, Gesichtspunkte eines nachhaltigen Konsums spielen dabei allerdings bislang keine nennenswerte Rolle. Grundsätzlich stellen derartige Dienstleistungsangebote jedoch einen potenziellen Anknüpfungspunkt für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten im Wohnumfeld dar. Darüber hinaus sind die Concierge-Logen insofern interessante Anbieter als sie kontinuierlich im Wohnumfeld präsent und teilweise an einer Weiterentwicklung ihres Angebotsspektrums interessiert sind.

Insgesamt ist festzustellen, dass vorhandene Dienstleistungsangebote von Wohnungsunternehmen mit ihrer Ausrichtung auf die Förderung von sozialem Leben und Erleichterung im Alltag Berührungspunkte zu den Zielsetzungen des Vorhabens aufweisen. Die für das Vorhaben zentrale Frage nach einer Unterstützung von nachhaltigem Konsumverhalten spielt bei der bisherigen Gestaltung von Dienstleistungsangeboten allerdings keine nennenswerte Rolle.

4.4 Ehrenamtlich getragene Initiativen und Projekte

Die beschriebenen Aktivitäten von Wohnungsunternehmen verweisen auf die hohe Bedeutung die Fragen des sozialen Lebens und der Nachbarschaftlichkeit im Wohnumfeld beigemessen wird. Die Verbesserung des Zusammenlebens oder die Entwicklung von neuen Formen des Austauschs und gemeinsamer Aktivität ist nicht zuletzt ein wichtiges Feld von - meist ehrenamtlichen - Initiativen und Projekten mit lokalem Bezug. Verschiedene Projekte und Initiativen verbinden dabei soziale Elemente mit (potenziell) ressourcenschonenden Verhaltensweisen.

Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang Tauschringe. In diesen werden vermittelt über eine virtuelle Tauscheinheit innerhalb des Mitgliederkreises Dienstleistungen, in manchen Tauschringen auch Gegenstände, untereinander getauscht. Die wesentlichen Nachhaltigkeitseffekte von Tauschringen liegen im sozialen und ökonomischen Bereich, indem sie den Zusammenhalt fördern, den Mitgliedern Dienstleistungen zugänglich machen, die sie sich sonst nicht leisten können, und nicht zuletzt ein Forum bieten, in dessen Rahmen die Mitglieder Anerkennung und Wertschätzung erfahren (Kristof et al. 2001; Rausch 2004). Zum Teil, aber nicht durchgängig werden Tauschringen auch ökologische Zielsetzungen und Wirkungen zugesprochen (z.B. Verwertung von Gebrauchsgütern, Förderung von Reparaturen), ob und wie dies in den Tauschringen umgesetzt wird, hängt erheblich davon ab, wie ökologische Ziele von den OrganisatorInnen und Mitgliedern verfolgt und mitgetragen werden.

¹⁴ Angaben einer Mitarbeiterin der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG (6.5.2004)

Im Rhein-Neckar-Raum existiert mit dem Projekt „Teilen-statt-Kaufen“ vom Verein Öko-Stadt-Rhein-Neckar e. V. ein Beispielprojekt für Konsumgüter-Sharing. Einem Tauschring vergleichbar können die Mitglieder über eine Liste Gegenstände bei anderen Mitgliedern ausleihen. Anders als bei einem Tauschring erfolgt hier jedoch ein Ausgleich der Abnutzung über Geld und nicht über eine virtuelle Währung (Stolz 2000).

Derartige Organisationsformen für Projekte, bei denen wechselseitiger oder ringförmiger Tausch im Vordergrund steht, bieten Anknüpfungsmöglichkeiten für die Entwicklung von Organisationsstrukturen für Gemeinschaftsnutzungen im Wohnumfeld. Eine Verortung im Wohnumfeld ist aus unserer Sicht insofern sinnvoll, als die räumliche Nähe und zusätzliche Begegnungsmöglichkeiten in der Nachbarschaft die Austauschbeziehungen vereinfachen und fördern können.

Ein weiteres Beispiel für neue Nutzungsstrategien in einem ehrenamtlichen Projekt, das ökologische und soziale Elemente beinhaltet, sind „Umsonstläden“. Hier können nicht mehr benötigte aber noch gebrauchsfähige Gegenstände abgegeben bzw. bei Bedarf umsonst mitgenommen werden. Voraussetzungen für ein derartiges Projekt sind gut zugängliche Räume und ehrenamtliche Arbeit zur Gewährleistung der Öffnungszeiten (Umsonstladen 2002). Durch die Bereitstellung von Räumen können Wohnungsunternehmen wichtige Ressourcen zu einem solchen Projekt beitragen.

Vom Aktionsfeld und den Zielsetzungen etwas anders gelagert sind Lebensmittelkooperativen, sogenannte Food-Coops, die wir hier ebenfalls als Projekte einstufen, die durch ehrenamtliche Arbeit getragen sind und soziale und ökologische Elemente miteinander verbinden. Food-Coops bieten die Möglichkeit durch Eigenleistung in der Kooperative Lebensmittel aus ökologischem Anbau günstiger als im Einzelhandel zu beziehen. Zum Teil boten Food-Coops in der Anfangszeit der Öko-Bewegung, als noch wenige Bioläden existierten, wichtige zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten für ökologische Landwirte. Food-Coops verbinden die Förderung einer ökologischen Ernährung mit kooperativem Handeln, sowohl in Bezug auf die Zusammenarbeit der Mitglieder als auch in Bezug auf die Beziehung zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen. Wie hoch das Gewicht dieser Elemente ist, hängt im Einzelnen von der jeweiligen Kooperative ab (Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e. V., o.J.).

Insgesamt sind Projekte, die ökologische und soziale Elemente miteinander verbinden, insofern interessant als sie einen Beitrag zum sozialen Zusammenhalt in der Nachbarschaft leisten können, indem sie beispielsweise ein Ort des regelmäßigen Austausches sind. Solche Projekte setzen jedoch ehrenamtliches Engagement voraus, um den anfallenden Organisationsaufwand zu bewältigen. In diesem Zusammenhang erfordern sie ein Mindestmaß an sozialen Kompetenzen bei den Teilnehmenden sowie Vertrauen und die Bereitschaft Verbindlichkeiten einzugehen. Sinnvoll sind entsprechende Projekte insbesondere für Menschen, die über wenig Geld, aber über Zeit verfügen, da durch die selbst geleistete organisatorische Arbeit Kosten (z.B. für ökologische Produkte im Rahmen einer Food-Coop oder Bestellgemeinschaft) gesenkt werden können.

4.5 Zwischenfazit

Die Ergebnisse unserer Bestandsaufnahme zeigen, dass mit unserem Vorhaben Neuland betreten wird. So existieren zwar spezifische Dienstleistungsangebote und soziale Initiativen im Wohnumfeld, diese werden bislang jedoch nicht mit der Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten verbunden. Das ermittelte Spektrum an Angeboten und Initiativen bietet in den untersuchten Bereichen in unterschiedlichem Maße Anknüpfungspunkte für die Entwicklung von wohnumfeldbezogenen organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen. Die Ergebnisse der Recherche deuten dabei auf Grenzen im Hinblick auf die Verortung kommerzieller Dienstleistungsangebote im Wohnumfeld hin: Zum einen existieren nur in begrenztem Maße kommerzielle Anbieter als potenzielle Kooperationspartner, zum anderen deutete sich im Verlauf der Recherchen als Problem an, dass eine Bündelung der Nachfrage im Wohnumfeld nur bedingt den Aufwand für die Anbieter reduziert. Größere Potenziale zeigen sich in der Verbindung von wohnumfeldbezogenen sozialen Zielen und ökologischen Zielsetzungen. Hier kann auf - nicht zuletzt auch bei Wohnungsunternehmen - vorhandene Interessen an der Nachbarschaftsentwicklung als Aspekt der Lebensqualität sowie auf Erfahrungen und Beispiele vorhandener Projekte zurückgegriffen werden.

5 Nachhaltigkeit ans Laufen bringen: Fallstudien zur Implementation von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld

Ein wesentlicher Ansatzpunkt unseres Vorhabens war, in verschiedenen Wohnanlagen Maßnahmen und Angebote im Wohnumfeld zu entwickeln und zu erproben, die an den Bedürfnissen, Interessen und Alltagsanforderungen der BewohnerInnen ansetzen. Hierzu bestanden Kooperationen mit vier Wohnungsbauunternehmen, aus deren Bestand jeweils eine Wohnanlage ausgewählt wurde, um dort in einem Beteiligungsprozess mit den BewohnerInnen entsprechende Maßnahmen und Angebote zu entwickeln. Ausgewählt wurden vier Wohnanlagen, die hinsichtlich ihrer Lage und BewohnerInnen-Struktur sehr unterschiedlich sind, um so die Möglichkeiten und Bedingungen in verschiedenen Kontexten erproben zu können (vgl. Kapitel 2.3).

In den Abschnitten 5.1 bis 5.4 werden die vier Wohnanlagen anhand der in der ersten MieterInnenbefragung erhobenen Daten hinsichtlich ihrer BewohnerInnenstruktur und den Interessen der MieterInnen an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen charakterisiert und die jeweils stattgefundenen Beteiligungs- und Umsetzungsprozesse beschrieben. Die Darstellung der Beteiligungs- und Umsetzungsprozesse basiert auf der kontinuierlichen Protokollierung aller Gespräche und Treffen mit diesbezüglichen Akteuren. Darüber hinaus wurden ExpertInneninterviews mit den kooperierenden Dienstleistungsunternehmen sowie VertreterInnen derjenigen Wohnungsunternehmen geführt, in deren Bestand es zu Umsetzungen gekommen ist.

In Zusammenhang mit den jeweiligen Bedingungen und Interessenlagen kam es nicht in allen Wohnanlagen zu einer Umsetzung von Angeboten und Maßnahmen. Die Erkenntnisse und Erfahrungen aus den Wohnanlagen, in denen die Prozesse nicht weiter geführt wurden, liefern allerdings wichtige Hinweise darauf, welche Rahmenbedingungen eine Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen hemmen können, und tragen so indirekt dazu bei, die notwendigen Rahmenbedingungen für solche Angebote und Maßnahmen besser konkretisieren zu können.

Ausgehend von den im Projektverlauf gewonnenen Erfahrungen über die Umsetzungsbedingungen von Dienstleistungen im Wohnumfeld wurde zu einem späteren Zeitpunkt eine weitere Kooperation mit einem Dienstleistungsunternehmen aufgebaut, das im Auftrag einer Wohnungsbaugenossenschaft Concierge-Logen betreibt, um die Potenziale dieser in einigen Wohngebieten in Berlin vorhandenen Dienstleistungsstruktur für die Unterstützung von nachhaltigen Konsummustern zu untersuchen. Der in diesem Rahmen stattgefunden Prozess der Entwicklung und Implementation von Angeboten in verschiedenen Concierge-Logen wird in Abschnitt 5.5 dargestellt.

5.1 Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ in Berlin-Prenzlauer Berg

5.1.1 Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage

Die „Bremer Höhe“ ist eine im Jahr 2000 - als Reaktion auf den geplanten Verkauf des Gebäudeensembles an einen privaten Investor - gegründete Wohnungsbaugenossenschaft mit ca. 460 Wohneinheiten im Prenzlauer Berg. Das Gelände der „Bremer Höhe“ liegt im Quartiersmanagementgebiet Helmholtzplatz. In diesem Gebiet hat in den letzten Jahren im Vergleich zu Westberliner Innenstadtgebieten ein extrem hoher Bevölkerungsaustausch stattgefunden. Dabei sind vor allem junge Haushalte zugezogen, sodass die Hälfte der BewohnerInnen des Gebietes zur Gruppe der 18-35-Jährigen zählen (im Berliner Durchschnitt 24 %) (empirica 2003). Die Einkaufsmöglichkeiten und die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr sind sehr gut.

Wesentliche Rahmenbedingungen für die Arbeit unseres Vorhabens in der „Bremer Höhe“ waren das große Interesse seitens der Genossenschaft an der Realisierung von Projekten für und mit den BewohnerInnen sowie die während der Laufzeit stattfindende sukzessive Sanierung des Wohnungsbestands der „Bremer Höhe“. Letzteres hatte für den Beteiligungs- und Umsetzungsprozess in der „Bremer Höhe“ zur Folge, dass sich der Kreis derjenigen, die zu Veranstaltungen eingeladen und über Maßnahmen informiert wurden im Verlauf des Prozesses sukzessive erweiterte, da immer diejenigen angesprochen wurden, die bis zu dem jeweiligen Zeitpunkt in die sanierten Wohnungen (zurück) gezogen waren.

Als Wohnanlagen für die erste MieterInnenbefragung und damit den Beginn des Beteiligungs- und Umsetzungsprozesses wurden nebeneinander liegende Aufgänge mit insgesamt 48 Wohneinheiten ausgewählt, die im 1. Bauabschnitt der Sanierung lagen und in denen zum Zeitpunkt der Befragung die Sanierung bereits abgeschlossen war.

5.1.2 BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen

Von den 48 Haushalten in den ausgewählten Aufgängen beteiligten sich 42 an der ersten MieterInnenbefragung. Dies entspricht einer Beteiligung von 87,5 %, die damit bemerkenswert hoch ist.

In Tabelle 3 sind die verschiedenen Haushaltstypen in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit in den befragten Aufgängen in der „Bremer Höhe“ angegeben.

Die Verteilung der verschiedenen Haushaltstypen in der „Bremer Höhe“ ist insofern bemerkenswert, als insbesondere durch die hohen Anteile der Typen I und III über 45 % der Haushalte denjenigen Haushaltstypen zuzuordnen sind, die als „Überdurchschnittlich Interessierte an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten“ zusammengefasst werden können (I, III, V, IX; vgl. Kapitel 3).

Tabelle 3 Verteilung der Haushaltstypen in den untersuchten Aufgängen in der „Bremer Höhe“

Haus- haltstyp Nr.	Bezeichnung	Häufigkeit in „Bremer Höhe“	Häufigkeit in Gesamt-Stich- probe
I	Junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung	21,4 %	9,6 %
VI	Mittelalte allein Lebende (überwiegend Männer)	19,0 %	21,6 %
III	Allein erziehende Frauen und junge Familien	16,7 %	15,2 %
VIII	Familien mit Kindern (überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit)	11,9 %	10,4 %
IV	Ältere finanziell schlecht gestellte Paare	9,5 %	6,4 %
VII	Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 und 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung	9,5 %	6,4 %
V	Gut verdienende Paare über 40, z.T. mit erwachsenen Kindern	4,8 %	7,2 %
II	Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen)	4,8 %	16,8 %
IX	Allein Lebende über 40, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung (überwiegend Frauen)	2,4 %	6,4 %

Darüber hinaus sind im Vergleich mit den Charakteristika der in den anderen untersuchten Wohnanlagen vertretenen Haushalte folgende Aspekte für die „Bremer Höhe“ charakteristisch:

- Der Anteil der Singlehaushalte ist in der „Bremer Höhe“ am geringsten, in mehr als 1/3 der Haushalte leben Kinder.
- Über 50 % der Befragten haben Abitur oder einen höheren Bildungsabschluss. Das ist der höchste Anteil in allen untersuchten Wohnanlagen.
- In der „Bremer Höhe“ ist der Anteil der Befragten unter 40 am höchsten (56 %) und der Anteil der Befragten über 60 am geringsten (12 %). Dies entspricht dem Trend im Quartier, das sich durch einen hohen Anteil von jungen zugezogenen Haushalten auszeichnet (s.o.).
- Der Anteil der Haushalte mit guter Nachbarschaftseinbindung ist mit 42,9 % als hoch einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass die BewohnerInnen erst kurz vor der Befragung in die sanierten Wohnungen eingezogen waren und sich so meist völlig neu zusammengesetzte Nachbarschaften ergeben haben. Lediglich im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ liegt der Wert höher, in den anderen Wohnanlagen ist er deutlich niedriger.

Das Interesse an Angeboten und Maßnahmen im Rahmen unseres Projektes ist insgesamt in der „Bremer Höhe“ im Vergleich mit den anderen untersuchten Wohnanlagen am höchsten. In mehreren der abgefragten Bereiche zeichneten sich Anknüpfungspunkte für umsetzbare Maßnahmen ab:

- Aus- und Verleihen von Gegenständen
Die Ergebnisse der Befragung zeigen ein recht hohes Interesse der BewohnerInnen daran, sich selten benötigte Gegenstände ausleihen zu können. Zu fünf der abgefragten Gegenstände antworteten mehr als 40 % der Befragten, dass sie eine entsprechende

Ausleihmöglichkeit nutzen würden. Die Fragen zur Ausstattung der Haushalte zeigten darüber hinaus, dass viele Gegenstände, an denen ein Ausleihinteresse besteht, bereits in hohem Umfang bei Haushalten in der „Bremer Höhe“ in Privatbesitz vorhanden sind. Gleichzeitig äußerte die überwiegende Mehrheit, nämlich 85,7 % der Befragten, die Bereitschaft, Gegenstände an NachbarInnen zu verleihen.

- Gemeinschaftseinrichtungen
Bei den befragten BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ war - wie in den anderen ausgewählten Wohnanlagen auch - das geäußerte Interesse an einer Gemeinschaftseinrichtung mit Trainings- und Fitnessmöglichkeiten relativ hoch (45,2 %). Darüber hinaus wurde mit 38,1 % von einem relevanten Anteil der Befragten Interesse an Gemeinschaftseinrichtungen zur Wäschepflege geäußert, wobei der Bedarf nach einer Möglichkeit außerhalb der Wohnung Wäsche zu trocknen im Vordergrund stand. Da 81 % der befragten Haushalte über einen Computer und 69 % über einen Internetzugang verfügen, ist ein Computerraum nur für Wenige von Interesse. Darüber hinaus wurde unabhängig von Vorgaben im Fragebogen Interesse an Räumlichkeiten für Feiern und andere gesellige Aktivitäten sowie an Räumlichkeiten für Kinderbetreuung geäußert.
- Nachbarschaftshilfe
Einen Tauschring für Dienstleistungen in der „Bremer Höhe“ können sich 66,7 % der Befragten vorstellen, 73,8 % wären bereit im Rahmen eines solchen Tauschrings Nachbarschaftshilfe zu leisten.
- Car-Sharing
Mit 40,5 % ist der Anteil der Befragten, die ein Interesse an Car-Sharing geäußert haben, als sehr hoch einzuschätzen.
- Dienstleistungen
Die Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass Bestell- und Lieferdienste in der „Bremer Höhe“ auf Resonanz stoßen könnten: 42,9 % gaben an, möglicherweise an einem Getränkelieferdienst interessiert zu sein, 38,1 % an Gemüseabonnements.

Die Ergebnisse der ersten MieterInnenbefragung deuteten darauf hin, dass bei den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ Bereitschaft und Interesse an einer Nutzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen vorhanden ist. Aufgrund der Befragungsergebnisse erschienen die folgenden Angebote und Maßnahmen im Hinblick auf die zu erwartende Nachfrage seitens der BewohnerInnen besonders vielversprechend:

- Verleihbörse für ein Konsumgüter-Sharing zwischen den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“
- Mietangebote von der „Bremer Höhe“ für ihre BewohnerInnen (z.B. Lastenfahrrad, Fahrradanhänger, Sackkarre)
- Wohnungsnahes Car-Sharing, möglicherweise in Kooperation mit einem ortsansässigen Car-Sharing-Unternehmen
- Lieferdienstleistungen (Gemüseabonnement, Getränke) in Kooperation mit entsprechenden Unternehmen

5.1.3 Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Angeboten unter Beteiligung der BewohnerInnen

Vor den weiteren Schritten zur Beteiligung der BewohnerInnen wurden die Ergebnisse der Befragung und daraus resultierende Maßnahmen mit dem Geschäftsführer der Genossenschaft diskutiert. Dieser hob hervor, dass seitens der „Bremer Höhe“ das Interesse bestehe, mit einem schnell umsetzbaren und überschaubaren Projekt zu starten, das mit einer aktiven Beteiligung der BewohnerInnen verbunden ist. Als solches erschien eine „Verleihbörse“ besonders geeignet. Auch der Beteiligungs- und Planungsprozess mit den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ fokussierte sich ebenfalls auf das Projekt „Verleihbörse“. Die ursprünglich als Zukunftswerkstatt geplante zentrale Veranstaltung zur BewohnerInnen-Beteiligung entwickelte sich ausgehend von den Interessen der Anwesenden zu einem Workshop, in dessen Rahmen die Konzeption und Umsetzung der Verleihbörse konkretisiert und in Gang gebracht wurde. Der Prozess der BewohnerInnen-Beteiligung wird daher in Zusammenhang mit der Verleihbörse ausführlicher dargestellt.

Von den aus den Befragungsergebnissen abgeleiteten Maßnahmen wurden im Verlauf der Kooperation mit der „Bremer Höhe“ die Verleihbörse und ein Angebot von Gemüseabonnements durch ein externes Unternehmen umgesetzt. Die Planungs- und Umsetzungsprozesse zu diesen Angeboten werden im Folgenden ausführlicher dargestellt. Auch die Ideen zu einem Car-Sharing-Angebot oder von Mietangeboten seitens der Genossenschaft wurden eine Zeit lang weiter verfolgt, aber bislang nicht umgesetzt. In diesem Zusammenhang wurden einige spezifische Hemmnisse deutlich, die im Anschluss an die Darstellung der umgesetzten Maßnahmen ausführlicher dargestellt werden.

5.1.3.1 Verleihbörse

Das Konzept der Verleihbörse geht auf das Projekt „Teilen-statt-Kaufen“ des Vereins Ökostadt Rhein-Neckar in Heidelberg zurück (Stolz 2000). Grundidee des Projekts ist, dass die teilnehmenden Haushalte vermittelt über eine Liste Gegenstände zum Verleih anbieten und so voneinander leihen und gemeinschaftlich nutzen können. Dabei können eine Nutzungsgebühr und/oder eine Kautions erhoben werden, um Abnutzungen und Risiken auszugleichen. Eine Problematik von „Teilen-statt-Kaufen“ im Rhein-Neckar-Raum ist, dass trotz eines großen Angebots im Verleihkatalog nur wenige Verleihvorgänge realisiert werden. Als hemmend für einen lebendigen Leihverkehr werden dabei die teilweise sehr weiten Wege zwischen den über den Rhein-Neckar-Raum verstreuten Mitgliedern angesehen, die dazu führen, dass der Aufwand für das Leihen sehr groß ist. Diese Schwierigkeit entfällt in der „Bremer Höhe“, da der Bestand der Genossenschaft in aneinandergrenzende Wohnblocks liegt. Die persönlichen nachbarschaftlichen Kontakte können zudem den Verleihverkehr und die Verbreitung der Idee begünstigen. Gleichzeitig kann die Verleihbörse aber auch die Nachbarschaft mit Leben erfüllen und festigen.

Die Idee und das Konzept der Verleihbörse wurde von uns als ein aus den Ergebnissen der ersten MieterInnenbefragung resultierender Umsetzungsvorschlag an die „Bremer Höhe“ herangetragen (s.o.). In der Folge fanden eine Informationsveranstaltung und Arbeitsgruppentreffen statt, in deren Rahmen die mögliche Gestaltung einer Verleihbörse mit BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ diskutiert wurde. Auf dem zentralen Workshop zur BewohnerInnen-Beteiligung im September 2002 wurde die Gestaltung und Umsetzung der Verleihbörse kon-

kretisiert und in einem breiteren Kreis interessierter BewohnerInnen verankert. Zu dem ganztägigen Workshop an einem Samstag wurden alle ca. 150 Haushalte eingeladen, die in die fertig sanierten Wohnungen des ersten Bauabschnittes eingezogen waren. Darüber hinaus wurden einige als engagiert bekannte BewohnerInnen persönlich angesprochen.

Insgesamt stand für die TeilnehmerInnen des Workshops das Interesse im Vordergrund, in der Genossenschaft ein gemeinschaftliches Projekt umzusetzen. Die Verleihbörse erschien ihnen als eine geeignete und attraktive Idee. Persönliche Bedarfssituationen im Haushaltskontext oder Alltagsanforderungen spielten in der Diskussion kaum eine Rolle.

Ein zentraler Diskussionspunkt auf dem Workshop und auch im Rahmen der vorher tagenden Arbeitsgruppe war die Festlegung der Aufnahmebedingungen für die Verleihbörse, beispielsweise im Hinblick darauf, ob nur BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ teilnehmen dürfen oder auch andere Personen. Dass diese Frage einen relativ großen Raum eingenommen hat, kann unseres Erachtens als ein Zeichen dafür interpretiert werden, wie wichtig das Gefühl einer vorhandenen Vertrauensbasis für Gemeinschaftsnutzungen zwischen Privatpersonen ist. Die Beschränkung auf die „Bremer Höhe“ mit ihrer räumlichen Nähe und ihrem dörflichen Charakter trägt dabei zur Schaffung einer Vertrauensgrundlage bei.

Ein wesentliches Ergebnis des Workshops war die Übernahme von Verantwortung für die Organisation der Verleihbörse durch einen Trägerkreis engagierter BewohnerInnen. Konkret wurden insbesondere Aufgaben zur weiteren Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der „Bremer Höhe“ von anwesenden TeilnehmerInnen übernommen, wie beispielsweise die Gestaltung eines Infopoints im Warteraum der Genossenschaftsverwaltung, die Bestimmung von persönlichen AnsprechpartnerInnen für interessierte BewohnerInnen und der Aufbau einer Mailingliste. Die für die Verwaltung der Verleihbörse notwendige Datenbank war seitens des Forschungsvorhabens aufgebaut und gestaltet worden, auch die Erstellung des ersten Verleihkatalogs sollte durch uns erfolgen. Auf dem Workshop erklärten sich allerdings bereits zwei engagierte BewohnerInnen bereit, die Pflege der Datenbank nach der Erstellung entsprechender Arbeitsmaterialien durch uns weiter zu übernehmen.

Durch das Forschungsvorhaben sind in dieser Anschubphase wesentliche Arbeitskapazitäten in den Aufbau der Verleihbörse eingeflossen: Der Aufbau der Datenbank, die Erstellung des dazugehörigen Handbuchs und das Verfassen von Informationsmaterial erforderten in hohem Umfang Kompetenzen (z.B. Umgang mit dem Datenbankprogramm) und Zeitaufwand. Auf dem Workshop wurde die Grundlage dafür geschaffen, die Verleihbörse vollständig in der „Bremer Höhe“ zu verankern und unabhängig von Arbeitsleistungen des Forschungsvorhabens zu machen. Bemerkenswert ist, dass dabei die anstehenden Aufgaben von engagierten BewohnerInnen übernommen wurden, während der Beitrag der Verwaltung und Geschäftsführung der „Bremer Höhe“ in erster Linie in der Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen bestand.

Unmittelbar danach startete die Verleihbörse mit der Versendung des ersten Verleihkatalogs durch das Forschungsvorhaben.

Im Januar 2003 waren 13 Haushalte (teils mit einer, teils mit zwei Personen) aus der „Bremer Höhe“ Mitglied in der Verleihbörse, darüber hinaus informierte das Quartiersmanagement auf der Verleihliste über Leihangebote im Vor-Ort-Büro.

Die Ausführung der von den TeilnehmerInnen auf dem Workshop übernommenen Aufgaben

zur Öffentlichkeitsarbeit in der „Bremer Höhe“ gestaltete sich allerdings eher schleppend. In Übereinstimmung mit dem Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ sahen wir eine Ursache für diese von vielen als unbefriedigend empfundene Situation darin, dass es keine zentrale verantwortliche Person für die Verleihbörse innerhalb der „Bremer Höhe“ gab, die eine Art Motorfunktion für das Projekt wahrnehmen konnte. Zeitgleich setzte sich in der „Bremer Höhe“ in Bezug auf Projekte zum sozialen Leben in der Genossenschaft insgesamt die Einschätzung durch, dass das Engagement der MieterInnen eine kontinuierliche Koordination und Unterstützung braucht. In diesem Zusammenhang bestand zum Jahresbeginn 2003 die günstige Situation, dass in der „Bremer Höhe“ eine Honorartätigkeit zur Betreuung der Genossenschaftsmitglieder finanziert wurde, in deren Rahmen auch Aktivitäten zum genossenschaftlichen Leben koordiniert werden konnten. Diese bezahlte Tätigkeit wurde an ein engagiertes Verleihbörsenmitglied vergeben. Vor diesem Hintergrund wurden im Rahmen eines von uns vorbereiteten und moderierten Treffens folgende Modalitäten zur Verstetigung und weiteren Implementierung der Verleihbörse mit den Mitgliedern der Verleihbörse und dem Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ vereinbart:

- Durch die Honorartätigkeit zur Betreuung der Genossenschaftsmitglieder wird auch die Koordination der Verleihbörse finanziert. In diesem Rahmen übernimmt die Honorarkraft (KordinatorIn der Verleihbörse) die Pflege der Datenbank und die regelmäßige Aktualisierung des Verleihkataloges.
- Alle drei Monate findet ein Treffen von Verleihbörsenmitgliedern und Interessierten statt, das sowohl zum Kennenlernen und Erfahrungsaustausch dient als auch zur gemeinschaftlichen Organisation und Koordination von Aktivitäten, die nicht im Rahmen der Honorartätigkeit geleistet werden können (z.B. Erstellen von Material für Öffentlichkeitsarbeit, Entwicklung eines Logos, Präsentation).

Mit diesen Vereinbarungen konnte eine kontinuierliche Betreuung der Verleihbörse gewährleistet und eine Struktur für die Verbindung von BewohnerInnen-Engagement und Koordination durch die „Bremer Höhe“ geschaffen werden. Kurz darauf, im März 2003, wurde die Datenbank einschließlich eines selbst erstellten Benutzerhandbuchs an den neuen Koordinator übergeben. Danach hat sich das Forschungsvorhaben weitgehend aus der weiteren Organisation der Verleihbörse zurückgezogen. Um den Kontakt zu aufrecht zu erhalten nahmen die Mitarbeiterinnen an einigen der vierteljährlichen Treffen teil.

Durch die Initiative des Koordinators und das Engagement von BewohnerInnen in Zusammenhang mit den vierteljährlichen Treffen hat sich das Projekt Verleihbörse danach kontinuierlich weiter entwickelt. So wurde zunächst zusätzlich eine Kompetenzbörse für Dienstleistungen aufgebaut. Diese wurde im Mai 2004 mit der Verleihbörse zu einer Tauschbörse zusammengeführt, in deren Rahmen über die Tauscheinheit „Bremer“ Dienstleistungen getauscht und Gebrauchsgüter geliehen werden können. Nach unserer Einschätzung stellte die organisatorische Verbindung aus einer von der Genossenschaft unterstützten Koordination und einem durch regelmäßige Treffen geschaffenen Rahmen für das Engagement von BewohnerInnen eine wichtige Rahmenbedingungen für diese dynamische Weiterentwicklung dar, die sich insofern bewährt hat. Die Wahrnehmung der Koordinationsfunktion ist dabei eine sehr komplexe Aufgabe, die insbesondere hinsichtlich der Rolle, die ein Koordinator (oder eine Koordinatorin) einnimmt, sehr sensibel ist. Dies wurde auch im Prozess der Weiterentwicklung der Verleihbörse zur Tauschbörse deutlich, da die diesbezüglich vom Koordi-

nator eingebrachte Idee zwar auf Zustimmung stieß, aber zunächst nicht zu weiteren Aktivitäten der BewohnerInnen führte. Für den Koordinator stellte sich in dieser Situation die Frage, welche Rolle er in dieser Konstellation einnehmen kann und will. Dies beschrieb er in einem Interview im Dezember 2003 folgendermaßen:

„Ich habe mir auch die Frage gestellt, inwieweit ich dadurch, dass ich die Rolle des Koordinators, oder wie auch immer man das nennen will, übernehme, auch die Kreativität der Verleihbörsenmitglieder, die sich ja auch sich irgendwie einbringen wollten, sozusagen durchbrochen habe. (...) Und ich war da immer auch so hin und her gerissen: Also soll ich jetzt offensiver an diese Sache rangehen, also sozusagen diese Rolle des Koordinators stärker spielen und diese Sachen irgendwie noch mehr beschleunigen, oder reicht das, wenn ich das gesagt habe, sozusagen als Angebot, und wenn die Leute eben nicht darauf anspringen, dann sage ich mir, gut, okay, dann ist es vielleicht nicht gewünscht oder dann ist es denen zu aufwändig oder vielleicht ist auch die Zeit noch nicht reif, keine Ahnung. Also, das war für mich auch immer so ein bisschen das Problem: Einerseits soll das soziale Leben natürlich bewohnerorientiert oder bewohnerorganisiert sein und so weiter, und zum anderen ging es eben darum, das ganze ja auch ein bisschen voranzubringen und irgendwie ergebnisorientiert zu gestalten.“ (IKoVer/ 70)

„Ich möchte nicht wirklich mit der Glocke durch die „Bremer Höhe“ gehen und sagen, macht, macht, macht, Leute!“, also so antreiben. Das ist auch immer eine Frage des Selbstverständnisses, meines Selbstverständnisses: Also, bin ich ein Koordinator, der irgendwie Angebote macht, oder bin ich einer, der sozusagen das soziale Leben hier antreibt und anpeitscht? Einerseits braucht's irgendwie jemanden, der so eine Art Führungsrolle übernimmt und Kontinuität gewährleistet, aber andererseits denke ich, man darf niemand zu seinem Glück zwingen. Das darf nicht zu viel sein.“ (IKoVer/ 126)

Die Ausführungen des Koordinators zeigen, dass die Koordination eines teilweise von BewohnerInnenengagement getragenen Projektes ein anspruchsvoller Balanceakt ist. Ein Zuviel an Aktivität oder Übernahme von Verantwortung kann sich hemmend auf die Motivation engagierter BewohnerInnen auswirken, gleichzeitig brauchen viele Projekte häufig einen zentralen Motor. Dies erfordert seitens des/r Koordinierenden Klarheit über das eigene Selbstverständnis.

Im Hinblick auf die Übertragung des Organisationsmodells der Verleihbörse als koordiniertes BewohnerInnenprojekt auf andere Kontexte zeigen die hier geschilderten Erfahrungen, dass die Anforderungen und damit notwendigen Kompetenzen für die Koordinationsfunktion nicht unterschätzt werden dürfen. Insgesamt war die Entwicklung und Umsetzung der Verleihbörse und späteren Tauschbörse ein längerer Prozess, in dessen Rahmen vorhandene Erfahrungen auch in neue Entscheidungen über die Struktur überführt werden mussten und Aktivitäten zum Erhalt der Motivation erforderlich waren.

Noch vor der Erweiterung der Verleihbörse zur Tauschbörse wurde von uns im Juni 2003 mittels einer schriftlichen Befragung (zweite MieterInnenbefragung) die Bekanntheit, Akzeptanz und Nutzung der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ erhoben. Zu diesem Zeitpunkt lag der offizielle Start der Verleihbörse ca. 8 Monate zurück. Es wurden 280 Fragebögen an alle BewohnerInnen der Häuser verteilt, die zum Zeitpunkt der Befragung saniert und (wieder) bezogen waren. Hiervon sind 84 auswertbare Fragebögen zurückgesendet worden, dies entspricht einem Rücklauf von 30 %.

In der Stichprobe überwiegt der Anteil der Frauen mit 56 % gegenüber den Männern mit 44 %. Eine Aufschlüsselung der Geschlechterverteilung auf verschiedene Haushaltsformen zeigt, dass der höhere Frauenanteil vor allem durch die allein Erziehenden bedingt ist, von denen bis auf einen Mann alle Frauen sind. In den anderen Haushaltsformen ist die Verteilung der Geschlechter recht ausgeglichen, bei den Einpersonenhaushalten sind mehr Männer als Frauen vertreten (17 Männer, 13 Frauen).

Anhand der erhobenen sozialstatistischen Daten wurden die befragten Haushalten den im Rahmen der ersten MieterInnenbefragung gebildeten Haushaltstypen zugeordnet. Die in beiden MieterInnenbefragungen in der „Bremer Höhe“ ermittelte Zuordnung zu den Haushaltstypen ist in Tabelle 4 dargestellt.

Tabelle 4 Verteilung der Haushaltstypen in der „Bremer Höhe“ in der ersten und zweiten MieterInnenbefragung

Haus- haltstyp Nr.	Bezeichnung	Anteil in % 1. MieterInnen- befragung (n=42)	Anteil in % 2. MieterInnen- befragung (n=84)
I	WG und junge Paare mit überw. partnerschaftl. Haushaltsführung	21,4	26,2
II	Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen)	4,8	
III	Allein erziehende Frauen und junge Familien	16,7	32,1
IV	Ältere Paare, z. T. finanziell schlecht gestellt	9,5	2,4
V	Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern	4,8	
VI	Mittelalte und junge allein Lebende*	19,0	27,4
VII	Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 und 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung	9,5	1,2
VIII	Familien mit Kindern (überw. Frauen zust. f. d. Hausarbeit)	11,9	2,4
IX	Allein Lebende über 40, meist mit guter Nachbarschafts- einbindung	2,4	8,3

* Haushaltstyp gegenüber der ersten Mieterbefragung verändert. In der ersten Haushaltstypenbildung „Mittelalte allein Lebende (überwiegend Männer)“.

Die Befragten der zweiten MieterInnenbefragung verteilen sich im Wesentlichen auf drei Haushaltstypen: Allein erziehende Frauen und junge Familien (32,1 %), mittelalte und junge allein Lebende (27,4 %) sowie WGs und junge Familien (26,2 %), die zusammen 85,7 % aller Haushalte im Sample ausmachen. Das Sample ist damit als ziemlich homogen anzusehen, insbesondere da es sich bei diesen drei Haushaltstypen vorwiegend um junge bis mittelalte Haushalte handelt. Dies spiegelt sich auch in der Altersverteilung des Samples wider: 21,7 % der Befragten sind 29 Jahre und jünger, 66,3 % 30 - 44 Jahre alt. Damit sind 88 % der Befragten unter 45 Jahre alt.

Zwei der drei Haushaltstypen, „Wohngemeinschaften und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung“ und „Allein erziehende Frauen und junge Familien“ wurden bei der Auswertung der ersten MieterInnenbefragung als an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen „überdurchschnittlich interessiert“, der dritte als „partiell interessiert“ eingestuft. Dies deutet vor dem Hintergrund des (als hoch ein-

zuschätzenden) Rücklaufs von 30 % darauf hin, dass in der „Bremer Höhe“ eine große Zahl von BewohnerInnen vorhanden ist, die ähnliche Interessen haben und aufgeschlossen gegenüber neuen Nutzungsstrategien sind, sodass Potenziale für eine Bündelung von Interessen im Wohnumfeld vorhanden sind.

Die Ergebnisse der zweiten Befragung repräsentieren somit einen wesentlichen Teil der BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, es ist jedoch davon auszugehen, dass bei anderen BewohnerInnengruppen (z.B. ältere Haushalte) in der „Bremer Höhe“ durchaus relevante Interessen bestehen können, die allerdings in der Befragung kaum repräsentiert sind. Die Unterschiede in der Verteilung der Haushaltstypen zwischen der ersten und zweiten Befragung sind auf den jeweiligen Rücklauf zurückzuführen. Die Beteiligung an der zweiten MieterInnenbefragung erforderte mehr Initiative seitens der Befragten (Rücksendung des Fragebogens per Post). Hier haben bestimmte Personengruppen gerne mitgemacht, andere BewohnerInnengruppen weniger. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass sich letztere von den bis dahin geplanten und umgesetzten Maßnahmen weniger angesprochen fühlen.

Der Bekanntheitsgrad der Verleihbörse bei den MieterInnen in der „Bremer Höhe“, die an der Befragung teilgenommen haben, ist als hoch einzuschätzen: 87,8 % der Befragten gaben an, dass ihnen die Verleihbörse bekannt ist. Dabei wurde als mit Abstand häufigste Informationsquelle von 75 % das Mitteilungsblatt der „Bremer Höhe“ genannt, also ein Kommunikationspfad, der unabhängig von unserem Forschungsvorhaben ist.

Zudem deuten Angaben der Befragten (sowohl Verleihbörsenmitglieder als auch Nicht-Mitglieder) zur Frage, was ihnen an der Verleihbörse wichtig ist, darauf hin, dass bei den befragten BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ eine große Offenheit gegenüber den durch die Verleihbörse gegebenen eigentumslosen Nutzungsmöglichkeiten besteht. Die Aussage, dass die Verleihbörse ihnen die Möglichkeit bietet, Dinge nutzen zu können ohne sie zu kaufen, wurde von 87,2 % derjenigen, denen die Verleihbörse bekannt ist, als zutreffend bezeichnet. Vorteile der eigentumslosen Nutzung wurden in der Platzersparnis in der eigenen Wohnung (84,3 % zutreffend) und Umweltschonung (80,3 % zutreffend) gesehen, während die Möglichkeit Dinge zu nutzen, die sie sich sonst nicht leisten könnten, lediglich von 47,1 % als zutreffend bezeichnet wurde (siehe Tabelle 5).

Die Möglichkeit, über die Leihgebühren in der Verleihbörse die Anschaffung hochwertiger Gegenstände rentabler zu machen, wurde allerdings von der Mehrheit der Befragten als nicht zutreffend angesehen: 65,2 % der Befragten kreuzten eine der ablehnenden Kategorien an, 14,5 % die Kategorie „weiß nicht“.

In hohem Maße als zutreffend bezeichnet (über 88 %) wurden diejenigen Aussagen, die die Verleihbörse mit einer Förderung der Nachbarschaftlichkeit in Verbindung bringen. Etwas geringere Zustimmung (72,8 % zustimmende Antworten) fand die Aussage, dass die Verleihbörse zeige, dass die „Bremer Höhe“ eine lebendige Genossenschaft sei.

Auf die offene Frage, was sie an der Verleihbörse nicht so gut finden, antworteten 19 der 84 Befragten. Dabei wurden mit zehn Nennungen am häufigsten Informationsdefizite genannt, zwei Nennungen kritisierten die Gebühren, von zwei Befragten wurde angegeben, dass die angebotenen Gegenstände nicht ihrem Bedarf entsprächen. Die übrigen Nennungen streuen sich inhaltlich sehr breit.

Tabelle 5 Einstellungen zur Verleihbörse

	Basis	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	weiß nicht
	Gültige Antworten	Prozent der gültigen Antworten				
Eigentumslose Nutzungsmöglichkeiten durch die Verleihbörse						
Über die Verleihbörse kann ich Dinge benutzen, die ich nur selten brauche ohne sie mir zu kaufen.	70/72	54,3	32,9	4,3	1,4	7,1
Es können Dinge genutzt werden, ohne dass sie Platz in der eigenen Wohnung beanspruchen.	70/72	48,6	35,7	5,7	2,9	7,1
Durch die Verleihbörse besteht die Möglichkeit Dinge zu nutzen, die ich mir sonst nicht leisten könnte.	70/72	21,4	25,7	28,6	8,6	15,7
Die Verleihbörse schont die Umwelt, weil so Gegenstände genutzt werden können, ohne dass man sie sich kaufen muss.	71/72	42,3	38,0	7,0	1,4	11,3
Nachbarschaftsfördernde Aspekte der Verleihbörse						
Die Verleihbörse fördert die Nachbarschaftlichkeit.	70/72	37,1	51,4	--	--	11,4
Durch die Verleihbörse besteht die Möglichkeit mehr Kontakt zu anderen Bewohnern der „Bremer Höhe“ zu bekommen.	69/72	37,7	50,7	1,4	1,4	8,7
Die Verleihbörse ist ein Projekt, das zeigt, dass die „Bremer Höhe“ eine lebendige Genossenschaft ist.	70/72	37,1	35,7	5,7	1,4	20,0
Förderung der Rentabilität von Anschaffungen durch die Verleihbörse						
Durch die Leihgebühr wird die Anschaffung hochwertiger Dinge für mich rentabler.	69/72	7,2	13,0	24,6	40,6	14,5

Die Angaben der befragten BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ zu ihren Einstellungen zur Verleihbörse und den für sich selbst gesehenen Nutzungsoptionen zeigen damit, dass die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ weitgehend bekannt ist und ein positives Image genießt, das sich sowohl auf die Möglichkeiten der eigentumslosen Nutzung von Gegenständen bezieht als auch auf die Verleihbörse als ein Projekt zur Förderung der Nachbarschaftlichkeit.

Sowohl die Weiterentwicklung der Verleihbörse zur Tauschbörse als auch die Ergebnisse der zweiten MieterInnenbefragung¹⁵ zeigen, dass die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ gut verankert ist und eine hohe Akzeptanz genießt.

¹⁵ Weitere Ergebnisse der zweiten Mieterbefragung, die Hinweise auf Potenziale und Hemmnisse für einen Beitritt zur Verleihbörse liefern, sind im Kapitel 6.1.7 dargestellt.

5.1.3.2 Sammelbestellung für Gemüseabonnements

Da die Ergebnisse der ersten MieterInnenbefragung auf ein hohes Interesse an Lieferdiensten, insbesondere auch an der ökologischen Dienstleistung Gemüseabonnement hindeuteten, wurde seitens unseres Forschungsvorhabens initiiert, dass den BewohnerInnen ein solches Angebot offeriert wird. Ein Betrieb für Gemüseabonnements aus ökologischem Landbau konnte dafür gewonnen werden, eine spezifische Form der Liefergebührermäßigung für BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ anzubieten: Die Liefergebühren werden je nach Gesamtanzahl der Bestellungen aus der „Bremer Höhe“ gestaffelt, ab fünf Bestellungen aus der „Bremer Höhe“ werden keine Liefergebühren mehr erhoben. Der Betrieb ist darüber hinaus aufgrund seiner hohen Flexibilität besonders attraktiv. Insbesondere ist davon auszugehen, dass die praktizierte Orientierung an den Bedürfnissen und Wünschen der KundInnen für die NutzerInnen die Integration der Inanspruchnahme eines Gemüseabonnements in den Alltag erleichtert.

Die BewohnerInnen „Bremer Höhe“ wurden über eine Hauswurfsendung sowie durch das regelmäßig erscheinende Mitteilungsblatt der Genossenschaft über das Angebot informiert. Darüber hinaus sind in der Mietermappe, die alle BewohnerInnen beim Einzug erhalten, Informationen über das Gemüseabonnement enthalten. Im Rahmen einer Informationsveranstaltung bestand die Möglichkeit, die Anbieterin kennen zu lernen und sich konkret über die Gestaltung und die Bedingungen des Angebots zu informieren. Darüber hinaus bot das Sommerfest der „Bremer Höhe“, auf dem die Anbieterin sich mit einem Stand präsentierte, eine weitere Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme.

Die Mindestanzahl an Bestellungen für den Wegfall der Liefergebühr wurde schnell erreicht. Die meisten KundInnen wurden dabei im Rahmen der Informationsveranstaltung, an der acht BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ teilnahmen, und des Sommerfestes gewonnen. Dies deutet darauf hin, dass die Inanspruchnahme eines solchen Angebots durch die Vermittlung von handlungsorientierten, konkret umsetzbaren Informationen und den direkten Kontakt zum anbietenden Betrieb gefördert werden kann, wobei situative Anlässe, wie ein Fest oder eine Informationsveranstaltung, besonders günstige Rahmenbedingungen zu sein scheinen.

Durch die Verortung im Wohnumfeld konnte dabei eine Bündelung der Nachfrage erreicht werden. Durch die Staffelung der Liefergebührermäßigung durch die Anbieterin blieb die Frage der Bestellung oder Nicht-Bestellung eine individuelle Entscheidung der einzelnen BewohnerInnen. Es war nicht erforderlich, dass interessierte BewohnerInnen sich koordinieren und untereinander Verbindlichkeiten eingehen.

Kennzeichnend für den Prozess der Implementierung dieses Angebots in der „Bremer Höhe“ war, dass die Kontakte zum anbietenden Betrieb ausschließlich über unser Forschungsvorhaben liefen. Auch die Anregung für die Präsentation des Gemüseabonnements auf dem Sommerfest kam von uns. Die „Bremer Höhe“ unterstützt durch die Veröffentlichung der entsprechenden Artikel im Mitteilungsblatt und in der Mietermappe die Verbreitung des Angebots, es existiert jedoch keine direkte Kooperationsbeziehung zwischen dem anbietenden Betrieb und der Genossenschaft. Diese Erfahrungen deuten darauf hin, dass die normalen Strukturen der Verwaltung in der Wohnungsbaugenossenschaft kaum organisatorische und personelle Anknüpfungspunkte für die Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleistungsbetrieb bieten.

Zwischen dem Koordinator für die Verleihbörse und andere soziale Projekte in der „Bremer Höhe“ und der Anbieterin des Gemüseabonnements hat sich mittlerweile ein E-Mail-Kontakt entwickelt, sodass über diesen Weg für die Anbieterin ein Ansprechpartner in der „Bremer Höhe“ vorhanden ist.

5.1.3.3 Car-Sharing

Von den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ wurde vielfach ein Interesse an Car-Sharing geäußert, sowohl in den von uns durchgeführten MieterInnenbefragungen als auch durch persönliche Nachfragen bei der „Bremer Höhe“. Um den Ressourcenaufwand für die Genossenschaft möglichst gering zu halten, wurde - unterstützt durch das Forschungsvorhaben - seitens der „Bremer Höhe“ Kontakt mit dem ortsansässigen Car-Sharing-Unternehmen aufgenommen. Das Car-Sharing-Unternehmen erklärte sich bereit, den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ ermäßigte Sonderkonditionen einzuräumen, wenn seitens der Genossenschaft Stellplätze für Car-Sharing-Autos zur Verfügung gestellt werden. Die „Bremer Höhe“ verfügt jedoch nicht über mögliche Stellplätze auf ihrem Grundstück, die sie in die Kooperation einbringen könnte. Auch war es trotz intensiver Bemühungen seitens der „Bremer Höhe“ nicht möglich, für ein Car-Sharing-Angebot über das Tiefbauamt Stellplätze im öffentlichen Straßenraum zu bekommen. Damit stieß man hier an eine Grenze, die insgesamt für die Rahmenbedingungen von Car-Sharing in der Bundesrepublik relevant ist, da Car-Sharing-Unternehmen sich seit langem erfolglos darum bemühen, für Car-Sharing reservierte Stellplätze im öffentlichen Straßenraum nutzen zu können.¹⁶

Das Thema Car-Sharing wurde daraufhin in der „Bremer Höhe“ erst einmal zurückgestellt, aber nicht vergessen. So berichtete der Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ im März 2004, dass mittlerweile Überlegungen bestehen entgegen der ursprünglichen Planung doch zu versuchen ein eigenes Angebot aufzubauen, indem beispielsweise ein Auto dadurch finanziert wird, dass es als Werbeträger fungiert. Ein solches Auto sowie der genossenschaftseigene Transporter könnten dann den BewohnerInnen gegen Gebühr zur Nutzung angeboten werden (IGeBH/170-172). Ob diese Idee zur Umsetzung kommen wird, ist zum jetzigen Zeitpunkt jedoch noch nicht abzusehen.

5.1.3.4 Verleihangebote von der „Bremer Höhe“ an BewohnerInnen

Im Hinblick auf organisierte Gemeinschaftsnutzungen in der Genossenschaft war neben der oben beschriebenen Verleihbörse ebenfalls im Gespräch, dass die „Bremer Höhe“ als Anbieterin für bestimmte Leih- oder Mietangebote fungieren könnte. Konkret waren in diesem Zusammenhang vor allem größere Transporthilfen wie eine Sackkarre oder ein Lastenfahrrad im Gespräch. Zu einer Umsetzung dieser Idee kam es jedoch nicht, da seitens der „Bremer Höhe“ keine Möglichkeit gesehen wurden, wie mit den vorhandenen personellen Kapazitäten die sichere Verwahrung der Gegenstände (z.B. Lastenfahrrad), gegebenenfalls anfallende Wartungsarbeiten sowie ein einigermaßen kundenfreundlicher Leihverkehr sicher gestellt werden könnte.

¹⁶ Das auf der Tagung „Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr. Strategien, Modellvorhaben, Erfahrungen“ am 6./7.11.2002 in Halle präsentierte Modellvorhaben des UBA „Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr in Halle und Leipzig“ war das bundesweit erste Projekt, dem es gelungen ist, Car-Sharing-Stellplätze im öffentlichen Straßenland zu bekommen.

5.1.4 Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in der „Bremer Höhe“

Um aus den Ergebnissen und Erfahrungen mit der Entwicklung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen in der „Bremer Höhe“ Schlussfolgerungen ableiten zu können, ist es zunächst wichtig, die dortigen spezifischen Rahmenbedingungen zu reflektieren.

Eine Besonderheit der Zusammenarbeit mit der „Bremer Höhe“ ist, dass die Initiative für die Kooperation mit unserem Forschungsvorhaben von der Genossenschaft ausging. Ein wesentliches Kennzeichen für die Situation in der „Bremer Höhe“ ist, dass es sich um eine neu gegründete Genossenschaft handelt. Die Rechtsform der Genossenschaft bietet über die in ihr verankerte MieterInnenbeteiligung grundsätzlich Potenziale dafür, dass dort mehr stattfindet als lediglich die Bereitstellung von Wohnraum, z.B. gemeinschaftsorientierte Projekte. In Zusammenhang mit der Genossenschaftsgründung und der durch Neuzugänge bedingten Umstrukturierung der Mieterschaft bestanden in der „Bremer Höhe“ klare Erwartungen, dass es dort so ein „Mehr“ geben soll. Die Möglichkeit der Kooperation mit externen Institutionen, die professionell Erhebungen durchführen und Aufbauprozesse für Projekte begleiten, wird vom Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ als sehr wichtig eingeschätzt, um ein solches „Mehr“ auch schaffen zu können. Rückblickend beschreibt er die Motive für die Kooperation und ihre Bedeutung für die „Bremer Höhe“ folgendermaßen:

„Und da war natürlich sozusagen in der Anfangsphase die Kooperation mit der TU, also mit euch jetzt, absolut wichtig, deswegen habe ich mich auch mit reingedrängelt damals. Weil so was natürlich auch psychologisch wirkt: Mensch, da sind Leute, die finden das auch gut, was wir für Ideen haben. Das hat Synergieeffekte und Verstärkungseffekte, auch innerhalb der Genossenschaft. (...) Dass die Leute sich auch wahrgenommen fühlen und in der Gemeinschaft nicht untergehen. Also, nachdem die „Bremer Höhe“ zwangsläufig erst mal im ersten Abschnitt mit allen gearbeitet hatte und Modernisierungsvereinbarungen geschlossen hatte und so, sind die Leute wieder zurück gezogen. Und dann sind die nicht in ein Loch gefallen, dann ging es weiter! Dann ging es mit dem Hof weiter, dann ging es mit der Tauschbörse und der Befragung weiter und so weiter. Also, da war ständig dann im Anschluss auch noch Kommunikation. Das heißt, die Leute haben sich nicht bloß als Sanierungstrottel gefühlt und hinterher hat sich keiner mehr um was gekümmert, sondern sie fühlten sich dann in ihrem normalen Leben, was dann wieder einzog, auch wahrgenommen. Insofern, denke ich, ist auch die Unterstützung von externen Institutionen, die das professionell machen, absolut wichtig, weil so viele Ressourcen, dass wir das alles auch noch alleine geschafft hätten, waren natürlich auch wieder nicht da, vor allem in dieser Aufbauphase hier.“ (IGeBH/91-93)

Die hier angesprochene Frage der Ressourcen, die für die Gestaltung von Projekten und Angeboten in der Genossenschaft zur Verfügung stehen, ist eng verknüpft damit, welche Rolle die Genossenschaft bei der Initiierung und Umsetzung von entsprechenden Maßnahmen einnimmt bzw. einnehmen kann. Betrachtet man unter dieser Perspektive die im Rahmen der Kooperation mit unserem Forschungsprojekt umgesetzten Maßnahmen (Verleihbörse/ Tauschbörse, Gemüseabo), ist festzustellen, dass die „Bremer Höhe“ vor allem günstige Rahmenbedingungen bereitstellt und Koordinations- und Vermittlungsfunktionen wahrnimmt. Sie tritt nicht selbst als Anbieterin von wohnumfeldbezogenen oder haushaltsnahen Dienstleistungen auf. Der Geschäftsführer der Genossenschaft beschreibt das diesbezügliche Rol-

lenverständnis der „Bremer Höhe“ folgendermaßen:

„Ich sage ja, die „Bremer Höhe“ räumt Chancen ein, gibt Infrastruktur, stellt sie zur Verfügung, stellt eventuell sogar eine Arbeitskraft, die das organisiert zur Verfügung, bündelt Ideen, versucht die Ideen hier in einer Arbeitsgruppe, die natürlich auch angeleitet wird, zu strukturieren, wägt ab, was für Rückkopplungen das für andere Arbeitsfelder hat, muss auch über Kontingente entscheiden, aber die Umsetzung selber, nur so hat das eine Stabilität, muss man den Leuten selbst überlassen.“ (IGeBH/55)

Gleichwohl wird die Notwendigkeit gesehen - und diese hat sich ja auch bei der Umsetzung der Verleihbörse/Tauschbörse gezeigt -, dass zeitliche und personelle Kapazitäten dafür erforderlich sind, um vorhandene Initiativen zu koordinieren und ihnen durch entsprechende Unterstützung Kontinuität und Stabilität zu verleihen. Dies war auch ein wesentlicher Punkt, der sich für den Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ im Prozess der Umsetzung der Verleihbörse/Tauschbörse folgendermaßen darstellte:

„Und dann gab es ja irgendwo den Punkt, wo entschieden werden musste, also setzen wir jetzt da jemanden professionell ran, also setzen wir Geld ein, damit es wirklich klappt. Und da war natürlich die Entscheidung der „Bremer Höhe“ zu sagen, ja müssen wir jetzt machen, ansonsten kommt es an dem Punkt nicht voran. Und das war ja auch der Punkt, wo wir gesagt haben, ... (den Koordinator der Verleihbörse, d.V.) müssen wir da strategisch einbinden.“ (IGeBH/83)

Die im Rahmen der Kooperation zwischen unserem Forschungsvorhaben und der „Bremer Höhe“ umgesetzten Projekte (Verleihbörse/Tauschbörse, Gemüseabo) weisen aus unserer Sicht darüber hinaus Besonderheiten auf, die damit zusammenhängen, dass es sich um Maßnahmen zum nachhaltigen Konsum handelt. So sind die Informationen, Ideen und Konzepte zur Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen in erster Linie durch uns in die „Bremer Höhe“ hineingetragen worden. In Verbindung mit der ersten MieterInnenbefragung und dem weiter nachfolgenden Beteiligungsprozess wurden diese verbunden mit Interessen und Anliegen der BewohnerInnen. Dass ohne diesen Impuls von außen von den BewohnerInnen Ideen und Maßnahmen entwickelt worden wären, die eine Unterstützung von nachhaltigem Konsumverhalten darstellen, halten wir für unwahrscheinlich, da das gemeinsame Interesse vor allem darin bestand, Projekte in der „Bremer Höhe“ umzusetzen, die das gemeinschaftliche Leben fördern. Es war in Zusammenhang mit der Verleihbörse möglich, dieses Anliegen im Sinne einer Motivallianz mit gemeinschaftlichen Nutzungen zu verbinden, der Impuls hierzu speiste sich jedoch vor allem aus unserem Forschungsansatz. Nicht zuletzt haben wir handlungsorientierte Informationen und Know-How zur Umsetzung von nachhaltigem Konsumverhalten (Wissen über konkrete AnbieterInnen von Gemüseabonnements, Organisationsmodell für die Verleihbörse) in die Genossenschaft eingebracht, das so auch bei den interessierten BewohnerInnen nicht vorhanden war. Gerade das Fehlen von konkreten handlungsorientierten Informationen stellt ja ein Umsetzungshemmnis von nachhaltigen Konsumverhalten im Alltag dar (vgl. Kapitel 1).

Eine Gemeinsamkeit der beiden umgesetzten Maßnahmen ist, dass sie mit Koordinationsaufwand verbunden sind, der nicht von den BewohnerInnen bzw. NutzerInnen getragen wird: Im Fall der Verleihbörse wurden für die Koordination der Angebote (Pflege der Datenbank, Aktualisierung der Angebotsliste) sowie weiterer Aktivitäten bezahlte Arbeitskapazitäten in

der Genossenschaft eingerichtet, im Fall des Gemüseabonnements wird dies von der Anbieterin übernommen, indem sie je nach KundInnenzahl die Liefergebühren staffelt. Dies deutet darauf hin, dass Vermittlungs- und Koordinationsfunktionen für neue Nutzungsstrategien eine wichtige Funktion zukommt, die für eine erfolgreiche Umsetzung entscheidend sein kann.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass es gelungen ist, im Rahmen des Forschungsvorhabens in der Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ Nachhaltigkeit ans Laufen zu bringen und zwei Maßnahmen zur Förderung von nachhaltigem Konsum umzusetzen. Dies ist zu einem nicht unwesentlichen Teil auf die Rahmenbedingungen in der „Bremer Höhe“ zurückzuführen, die für die partizipative Planung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen rückblickend als sehr günstig einzustufen sind: So hat sich der Anspruch der Genossenschaft, über die Bereitstellung von Wohnraum hinaus zu einem lebendigen nachbarschaftlichen Leben beizutragen, als förderlich erwiesen. Dies wurde noch verstärkt durch die mit der erst kurz zurück liegenden Gründung und der Sanierung verbundenen Umbruchsituation, in der neue Weichen für das Wohnen und Leben in der Genossenschaft gestellt wurden. Sowohl seitens der Genossenschaft als auch bei den BewohnerInnen bestand so eine große Offenheit für neue Maßnahmen und Projekte. Hinzu kommt, dass die Zusammensetzung der BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ eine Häufung von Haushaltstypen aufweist, die als gegenüber neuen Nutzungsstrategien aufgeschlossen und tendenziell umweltinteressiert eingestuft werden können.¹⁷ Die Bereitschaft der „Bremer Höhe“ Ressourcen für Koordinationstätigkeiten zur Verfügung zu stellen ist darüber hinaus als ein entscheidender Faktor anzusehen, der zu einer erfolgreichen Umsetzung der Maßnahmen beigetragen hat. Unter diesen Voraussetzungen hat sich das Wohnumfeld als günstiger Kontext für die partizipative Planung und Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien erwiesen, aus der Impulse für die Weiterentwicklung des Themas Nachhaltigkeit gewonnen werden können.

5.2 Wohnprojekt „Offensives Altern“ in der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG

5.2.1 Allgemeine Kennzeichen des Wohnprojektes und der Wohnanlage „Offensives Altern“

Das generationenübergreifende Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ in Buckow wurde durch den 1983 gegründeten Verein „Offensives Altern e. V.“ initiiert und nach 16 Jahren Planungsphase gemeinsam mit der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG (bbwo 1892) realisiert. Diese Wohnungsbaugenossenschaft ermöglicht die Umsetzung solcher Wohnprojekte, um ihre eigene Tradition des genossenschaftlichen Wohnens mit neuem Leben zu erfüllen und moderne Formen des gemeinschaftlichen Wohnens zu entwickeln. Das fertiggestellte Haus wurde von 26 Bewohnerinnen, älteren und jüngeren allein lebenden Frauen sowie allein erziehenden Müttern und ihren Kindern, im April bis Juni 1999 bezogen.

¹⁷ Dies deutet darauf hin, dass im Rahmen des Beteiligungs- und Umsetzungsprozesse in der „Bremer Höhe“ in erster Linie solche Haushalte erreicht wurden, die für die Thematik „Nachhaltiger Konsum“ vergleichsweise gut ansprechbar sind. Auf diesen Aspekt wird in Kapitel 6.1.3 noch detaillierter eingegangen.

Zwischen der bbwo 1892 und dem Verein „Offensives Altern“ besteht ein Nutzungsvertrag für das Haus. Die Bewohnerinnen bewirtschaften das Haus selbständig, der Verein wählt die Bewohnerinnen aus und trifft die wesentlichen Entscheidungen über die Gestaltung der Wohnanlage. Für das Forschungsvorhaben bedeutete dies, dass für alle Fragen, die im Zusammenhang mit dem Projekt geklärt werden mussten, die Bewohnerinnen des Wohnprojektes und ihr Plenum die direkten Ansprechpartnerinnen waren und die Zusammenarbeit mit der für Wohnprojekte zuständigen Ansprechpartnerin bei der bbwo 1892 für die konkrete Projektarbeit an Bedeutung verlor.

Das Konzept des Wohnprojektes zielt darauf ab, Frauen ein selbstbestimmtes Leben im Alter zu ermöglichen und Härten und Isolationen, die sich auch für jüngere Frauen – insbesondere allein erziehende Mütter – ergeben, entgegen zu wirken. Entsprechend ist es Ziel des Wohnprojektes „Offensives Altern“, dass verschiedene gemeinschaftliche Aktivitäten stattfinden und sich die Bewohnerinnen gegenseitig im Alltag unterstützen. Wir sahen in diesem Wohnprojekt die Chance, die Interessen und Bedürfnisse von allein erziehenden Müttern gebündelt erfassen und entsprechende Konzepte für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen entwickeln zu können. Im Hinblick auf die Berücksichtigung von Gender-Aspekten und die Erfassung unterschiedlicher sozialer Situationen in den geplanten vier Vorhaben machte dieser Aspekt das Wohnprojekt „Offensives Altern“ für uns besonders interessant, vor allem da die Lebenssituation von allein erziehenden Müttern durch besondere Belastungen im Alltag gekennzeichnet ist und gleichzeitig gesamtgesellschaftlich der Anteil allein erziehender Mütter zunimmt. Zudem war die Untersuchung eines Wohnprojektes interessant, weil sich aus dem Konzept des gemeinschaftlichen Wohnens besondere Potenziale für die gemeinschaftliche Nutzung von Gegenständen und Dienstleistungen ergeben können.

Das Wohnprojekt befindet sich in einer Stadtrandlage in Berlin-Buckow (Bezirk Neukölln), die durch eine Mischstruktur aus offener Bauweise, Einfamilienhäusern, Siedlungsbauten der 1970er und 80er Jahre, eine neugebauten Kindertagesstätte sowie Kleingartenkolonien geprägt ist. Die Wohnanlage ist umgeben von genossenschaftlichen Wohnanlagen am Ortolanweg, die z.T. von den gleichen Architekten mit der Programmatik „Kommunikativen Wohnens“ errichtet wurden. In Zusammenhang mit der Stadtrandlage ist das Wohnprojekt durch eine relativ schlechte Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr und weite Wege zu Einkaufsmöglichkeiten gekennzeichnet. Das Haus umfasst 30 Wohneinheiten in drei miteinander verbundenen Häusern, wovon 26 dem Projekt „Offensives Altern“ zugerechnet werden. Es wurden halböffentliche Bereiche geschaffen, die ein breites Kommunikationsfeld bieten sollen (z.B. gläserne Flure, Laubengänge, Hofbereich, Gemeinschaftsbalkons). Die Wohnanlage verfügt über einen großen gemeinschaftlichen Garten mit mehreren Sitzecken und einem Spielplatz. Im Haus gibt es einen großen Gemeinschaftsraum mit Küche, und einen kleineren Raum, der als weiteres gemeinschaftliches Wohnzimmer eingerichtet ist, sowie weitere Räume für verschiedene Zwecke (z.B. Kinderspielraum, Werkraum, Trockenraum, Raum für Kinderwagen, Büro des Vereins).

5.2.2 Bewohnerinnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen

In der ersten Mieterinnenbefragung wurden 23 der 26 im Haus lebenden Bewohnerinnen befragt (88,5 %). Die befragten Bewohnerinnen verteilen sich wie in Tabelle 6 dargestellt auf die Haushaltstypen.

Tabelle 6 Verteilung der Bewohnerinnen des Wohnprojektes „Offensives Altern“ auf die Haushaltstypen

Haus-haltstyp	Haushaltstyp	Anzahl	Häufigkeit im „Offensiven Altern“
III	Allein erziehende Frauen	9	39,1 %
II	Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende	8	34,8 %
IX	Allein lebende über 40, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung	4	17,3 %
VI	Mittelalte und junge allein Lebende	2	8,7 %
		23	100,0 %

Die Zusammensetzung ist durch die Ausrichtung des Wohnprojektes geprägt: Im Wohnprojekt „Offensives Altern“ leben vor allem ältere allein lebende Frauen und allein erziehende Mütter, eine weitere, kleinere Gruppe, sind jüngere allein lebende Frauen.

Die Bewohnerinnen im Wohnprojekt haben ein hohes Bildungsniveau: Über 50 % der Interviewpartnerinnen haben Abitur oder einen höheren Bildungsabschluss, acht der zehn interviewten Bewohnerinnen, die älter als 60 Jahre alt sind, haben mindestens einen Realschulabschluss, was für Frauen dieser Altersgruppe als ein hohes Niveau des formalen Bildungsabschlusses zu werten ist. Die Nachbarschaftseinbindung der im Wohnprojekt lebenden Bewohnerinnen ist, wie zu erwarten war, insgesamt ausgesprochen hoch und im Vergleich mit den anderen Untersuchungsgebieten die höchste in allen untersuchten Wohnanlagen. Die Einkommenssituation der Bewohnerinnen ist insgesamt eher schlecht, etwas mehr als ein Drittel der Bewohnerinnen verfügen über ein eher geringes Einkommen, nur zwei der interviewten Bewohnerinnen verfügen über ein eher hohes Einkommen.

In Bezug auf das Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten im Wohnumfeld gehören die im Wohnprojekt vertretenen Haushaltstypen III, VI und IX zu den „Überdurchschnittlich Interessierten“, während der Haushaltstyp II, der im „Offensiven Altern“ häufig vertreten ist, zu den „Nicht Interessierten“ gehört.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass viele Aspekte gemeinschaftlicher Nutzung im Wohnprojekt „Offensives Altern“ bereits umgesetzt wurden.

- Aus- und Verleihen von Gegenständen

Das Aus- und Verleihen von Gegenständen findet im Wohnprojekt in hohem Maße statt. Alle interviewten Bewohnerinnen sind bereit Gegenstände an ihre Nachbarinnen zu verleihen und praktizieren dies alltäglich. Es gibt allerdings im Wohnprojekt keinen systematischen Überblick darüber - wie dies in der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ in Form der Verleihliste der Fall ist -, was alles vorhanden ist. Einige Gegenstände, wie z.B. Geschirr für größere Feste, sind im Gemeinschaftsbesitz vorhanden. Insgesamt ist die Äußerung des Interesses, Geräte gemeinschaftlich zu nutzen, zurückhaltender als

in der „Bremer Höhe“.

- Gemeinschaftseinrichtungen

Im Wohnprojekt existieren eine Reihe von Gemeinschaftseinrichtungen. Bei der Befragung wurden vermutlich deshalb vor allem Verbesserungswünsche an den bestehenden Einrichtungen genannt. Knapp 70 % der Bewohnerinnen wünschten sich einen Raum mit Trainings- und Fitnessgeräten, der mit einem Boden ausgestattet ist, der besser für Sport, Gymnastik und Meditation geeignet ist als der derzeit u.a. zu diesen Zwecken genutzte Gemeinschaftsraum. Dort traf sich bereits regelmäßig eine Gymnastikgruppe, obwohl der Betonfußboden für Gymnastik eigentlich ungeeignet ist.

Zum Teil gab es ein Interesse an der gemeinschaftlichen Nutzung von Computern (mit Internetzugang), einer Tiefkühl Einrichtung und gemeinsamer Nutzung von Wäschetrocknern, das aber nicht so im Vordergrund stand.

- Nachbarschaftshilfe und Unterstützung im Alltag

Die Bewohnerinnen äußerten einen hohen Bedarf an Unterstützung in ihrem Alltag: 47,6 % benötigen sehr oft oder häufig jemanden der ihnen im Alltag zur Hand geht, dies war der höchste Wert in allen befragten Wohngebieten.¹⁸ Hier wird deutlich, dass die beiden im „Offensiven Altern“ hauptsächlich lebenden Gruppen, allein erziehende Frauen und allein lebende ältere Frauen in der Alltagsorganisation besonders belastet sind. Die älteren Bewohnerinnen brauchen vor allem regelmäßige Hilfe beim Transport ihrer Einkäufe. Bei den jüngeren Bewohnerinnen bezog sich ihr Bedarf fast immer auf die Kinderbetreuung. Hier zeigten sich typische Alltagsprobleme allein erziehender Frauen, wie die Koordinierung von Berufstätigkeit und Kinderbetreuung.

Nachbarschaftshilfe und gegenseitige Unterstützung findet im Wohnprojekt in vielfältiger Weise statt. Die Bewohnerinnen unterstützen sich, soweit es ihnen möglich ist, gegenseitig bei der Kinderbetreuung und beim Einkauf¹⁹.

Einen Tauschring für Dienstleistungen können sich 40,9 % der Bewohnerinnen gut, 36,4 % vielleicht vorstellen. In den Interviews wurde zu dieser Frage aber fast immer betont, dass ein formalisiertes System der gegenseitigen Hilfe mit einer imaginierten Bezahlung (Tauschpunkte o. ä.) nicht gewünscht ist, sondern die Hilfe lieber weiterhin spontan geleistet werden sollte. 90 % der befragten Bewohnerinnen waren bereit ihre Nachbarinnen im Bedarfsfall mit ihrer Hilfe zu unterstützen.

- Lieferdienste

Weitere Bereiche, in denen Hilfe benötigt wird, sind Transporte von größeren oder schwereren Gegenständen und die regelmäßigen Transporte von Einkäufen. Das Interesse an einem Lieferdienst für Getränke ist im Offensiven Altern mit 45,5 % am höch-

¹⁸ „Bremer Höhe“ 23,8 %, Hochhaus am Wuhletal 13,6 %, Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 13,5 %

¹⁹ Als besonders positiv wurde die Unterstützung in Notsituationen wie z.B. im Krankheitsfall beschrieben. Schwieriger zu realisieren sind für die Bewohnerinnen dagegen verbindliche und regelmäßige Hilfen, wie z.B. die feste Absprache gemeinsamer Termine zum Einkaufen. Die jüngeren Bewohnerinnen im Wohnprojekt erledigen ihre Einkäufe häufig spontan, wenn sich gerade ein günstiges Zeitfenster ergibt, und verbinden sie mit anderen Wegen (Wegeketten), sodass es für sie einen zusätzlichen Aufwand bedeuteten würde, Einkäufe mit Nachbarinnen zu koordinieren. Die Unterstützungsfähigkeit innerhalb des Frauenwohnprojektes, in dem viele schwierige Situationen schon durch die Nachbarinnen abgefangen werden, stößt auch in einem solchen Projekt auf Grenzen.

sten von allen befragten Wohngebieten.²⁰

Bereits genutzt wird ein Lieferdienst für ökologische Lebensmittel, bei dem einige Bewohnerinnen einen mehr oder weniger großen Teil ihres Lebensmittelbedarfs bestellen.

- Car-Sharing

Nur 20,0 % der Bewohnerinnen äußerten ein Interesse an Car-Sharing. 60,9 % der Bewohnerinnen besitzen ein Auto, dies ist der höchste Anteil an AutobesitzerInnen in allen befragten Wohngebieten.

- Hohes Interesse an Ökologischen Lebensmitteln bei gleichzeitig fehlendem Angebot im Wohnumfeld und beschränkten finanziellen Budgets

Die Bewohnerinnen im Offensiven Altern ernähren sich zu einem hohen Anteil von ökologisch erzeugten Produkten, fast die Hälfte der Bewohnerinnen (43,5 %) nutzen ökologische Lebensmittel regelmäßig.²¹ Weitere 34,8 % der Bewohnerinnen nutzen ökologische Lebensmittel punktuell.²² Gleichzeitig gaben sie mit 76,2 % - dem höchsten Anteil in allen Wohngebieten - an, dass sie gern mehr ökologische Produkte nutzen möchten.²³ Als hemmend wurde als Antwort auf eine offen formulierte Frage von 44 % der Bewohnerinnen das eigene beschränkte Budget bzw. zu hohe Preise für ökologische Lebensmittel genannt. Fünf Bewohnerinnen gaben weite Wege bzw. das eingeschränkte Angebot im Wohnumfeld als Schwierigkeit an. Als im Wohnumfeld fehlend wurde von 30,4 % ein Bioladen benannt, zudem gab es Wünsche nach einem Biosupermarkt in der Nähe. Fünf Bewohnerinnen gaben an, dass sie sich die Beteiligung an einer Food-Coop vorstellen können.

Die Ergebnisse der ersten Mieterinnenbefragung im Wohnprojekt „Offensives Altern“ haben gezeigt, dass im Wohnprojekt bereits eine Reihe von Gemeinschaftsnutzungen und die gemeinsame Nutzung eines ökologischen Lieferdienstes etabliert waren. Es bestand weiterhin ein hohes Interesse noch mehr ökologische Lebensmittel zu nutzen.

Aus diesen Ergebnissen leiteten wir den Vorschlag ab, im Wohnprojekt eine eigene Food-Coop zu gründen. Des weiteren bestand ein Interesse an Lieferdiensten für schwer zu transportierende Verbrauchsgüter. Ein Problem, für das im Rahmen der gemeinsamen weiteren Arbeit Lösungen entwickelt werden sollte, war die Versorgung bzw. der Transport von Lebensmitteln des alltäglichen Bedarfs. Das ebenfalls drängende Problem der allein erziehenden Frauen, Betreuung für ihre Kinder über das im Wohnprojekt bereits bestehende Maß hinaus zu organisieren, konnte im Projektkontext nicht bearbeitet werden.

²⁰ „Bremer Höhe“ 42,9 %, Hochhaus am Wuhletal 27,3 %, Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 22,2 %

²¹ Zum Vergleich: In der „Bremer Höhe“ sind es 19,0 %, im Hochhaus am Wuhletal 9,1 % und im Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 8,1 %.

²² „Bremer Höhe“ 47,6 %, Hochhaus am Wuhletal 36,4 %, Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 27,0 %

²³ Zum Vergleich, in der „Bremer Höhe“ waren es 61,9 %, im Hochhaus am Wuhletal 59,1 % und im Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 54,1 %.

5.2.3 Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Angeboten unter Beteiligung der BewohnerInnen

Bei der Planung aller Beteiligungsveranstaltungen im „Offensiven Altern“ wurden in noch höherem Maße als in den anderen Projekten versucht, sie zeitlich so abzustimmen, dass sich alle Bewohnerinnen beteiligen konnten. Insbesondere sollten aus Terminfestlegungen keine zeitlichen Probleme für die allein erziehenden Mütter entstehen.²⁴ Für längere Treffen (z.B. die ganztägige Zukunftswerkstatt) boten wir die Organisation einer Kinderbetreuung an.

Es fanden verschiedene Veranstaltungen statt, in deren Zentrum die Zukunftswerkstatt stand. Als Auftakt hierzu diente eine Informationsveranstaltung, bei der den Bewohnerinnen des Wohnprojektes die Ergebnisse der schriftlichen Befragung vorgestellt wurden. Dieser Termin diente auch dazu, Themenfelder zu benennen, bei denen wir Ansatzpunkte für die Entwicklung von gemeinschaftlichen Strategien sahen, sowie einen Termin für die ganztägige Zukunftswerkstatt festzulegen und die Kinderbetreuung zu organisieren.

An der Zukunftswerkstatt am 3. Oktober 2002 nahmen 16 der 26 Hausbewohnerinnen (62 %) teil. Dies ist eine ausgesprochen hohe Beteiligung, zumal es sich bei dem Termin, den wir gemeinsam mit zwölf Bewohnerinnen festgelegt hatten, um einen Feiertag handelte.

In der Zukunftswerkstatt standen Fragen im Vordergrund, die an dem gemeinsam erlebten Alltag anknüpfen, die also an der Schnittstelle zwischen persönlicher Alltagsorganisation und dem Zusammenleben in der Gruppe stehen. Fragen individueller Alltagsanforderungen und Problematiken wurden nur von einzelnen Bewohnerinnen am Rande formuliert. Die geäußerten Interessen der Bewohnerinnen bezogen sich im Wesentlichen auf eine Verbesserung des sozialen Miteinanders. Hier zeigt sich eine Parallele zum Beteiligungsprozess in der „Bremer Höhe“, in dem die Motivation der BewohnerInnen sich für die Etablierung gemeinschaftlicher Projekte zu engagieren, das Ingangbringen einer sozialen Kultur des Miteinanders in der Genossenschaft und weniger das Interesse an einer nachhaltigen Entwicklung des Konsumverhaltens handlungsleitend war.

Als Themen zur weiteren Bearbeitung kristallisierten sich in der Zukunftswerkstatt zwei Schwerpunkte heraus. Im Vordergrund stand der Wunsch nach einer Verbesserung der Kommunikation im Wohnprojekt und nach mehr gemeinschaftlichen Aktivitäten und Austausch sowie gemeinsamer Freizeitgestaltung im Wohnumfeld. Ein zweiter Themenschwerpunkt waren Versorgungsprobleme im Wohnumfeld. Das Thema Versorgung wurde aufgegriffen, weil in diesem Handlungsfeld die Chance gesehen wurde, Lösungskonzepte zu entwickeln, die Alltagsprobleme mit nachhaltigen Konsumangeboten verknüpfen. Daher beteiligte sich eine Mitarbeiterin an der Arbeitsgruppe, die sich mit diesen Themen beschäftigte.²⁵ Dort wurden ausgehend von den Ergebnissen einer vertieften Diskussion zu

²⁴ Hier zeigten sich einige Male Interessenkonflikte innerhalb des Wohnprojektes bei der Suche nach für alle interessierten Bewohnerinnen geeigneten Termine. Während die Mütter spätere Abendtermine bevorzugten (ab ca. 20.30 Uhr), wollten die älteren Bewohnerinnen sich lieber zu einer früheren Zeit treffen (ca. 18.00 Uhr oder tagsüber). Da sich mehr ältere Bewohnerinnen an den Treffen beteiligten, was wir als Ausdruck einer größeren Zeitsouveränität und einem höheren Maß an Freizeit interpretierten, war es zum Teil schwierig den geäußerten Zeitpräferenzen von allein erziehenden Frauen Rechnung zu tragen, da sich die älteren Bewohnerinnen mit ihren Zeitvorstellungen oft in der Mehrheit befanden.

²⁵ Eine zweite Arbeitsgruppe wurde unabhängig vom Forschungsvorhaben von den Bewohnerinnen gestaltet, Thema dieser Arbeitsgruppe war die Verbesserung des Austauschs und der Kommunikation innerhalb des Wohnprojekts.

den Schwierigkeiten der Versorgung im Wohnprojekt verschiedene Ideen entwickelt und Maßnahmen geplant:

- **Food-Coop:** Der Arbeitsgruppe wurde vorgestellt, mit welchem Arbeitsaufwand und mit welchen finanziellen Einsparungen die Gründung und Etablierung einer Food-Coop im Wohnprojekt verbunden sein würde. Die Diskussion führte zu dem Ergebnis, dass der Aufwand, eine eigene Food-Coop zu gründen und zu betreiben, als zu hoch empfunden wurde.
- **Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel:** Eine Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel bezieht sich im Unterschied zu einer Food-Coop ausschließlich auf lagerbare Lebensmittel. Die Bestellungen bei einem Großhändler sind seltener (etwa alle 6 – 12 Wochen) erforderlich, zudem ist der Umgang mit den lagerfähigen Lebensmitteln einfacher als mit verderblichen Produkten wie Gemüse, Obst und Käse. Die Recherche ergab, dass in unmittelbarer Nachbarschaft zum „Offensiven Altern“ bereits eine Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel existierte, die bereit war, interessierte Bewohnerinnen aus dem Wohnprojekt an ihren Bestellungen zu beteiligen bzw. ihnen das „Know How“ zu vermitteln, eine eigene Bestellgemeinschaft zu gründen. Letztendlich wurde diese Idee von den Bewohnerinnen nicht aufgegriffen und umgesetzt. Wir führen das darauf zurück, dass hierzu Absprachen mit Dritten, eine höhere Verbindlichkeit zwischen den Bewohnerinnen und ein zusätzlicher Planungsaufwand erforderlich waren.
- **Bringedienst für Einkäufe aus dem Supermarkt:** Als eine neue Idee, die der sozialen Bedeutung des Einkaufens insbesondere für die älteren Frauen Rechnung tragen und den Problemen mit dem Transport der Lebensmittel durch einen Lieferdienst abhelfen sollte, wurde ein Bringedienst für Einkäufe aus dem lokalen Supermarkt gemeinsam mit den Bewohnerinnen des Wohnprojektes konzipiert. Trotz fortgeschrittener Planung mit verschiedenen Akteuren (Supermarkt, Kurierdienstunternehmen) wurde auch dies nicht umgesetzt. Selbst aus der Arbeitsgruppe, in der das Konzept entwickelt worden war, wollte sich nur eine Frau verbindlich an dem Bringedienst beteiligen. Ursachen hierfür waren, dass die Absprache, gemeinschaftlich und regelmäßig eine kostenpflichtige Dienstleistung in Anspruch zu nehmen, die Bewohnerinnen untereinander in eine größere Verbindlichkeit zueinander gebracht hätte. Darin sahen die Bewohnerinnen ein Konfliktpotenzial (z.B. wären die Kosten für die Belieferung abhängig von der Zahl der Nutzerinnen gewesen, sodass bei sehr wenigen Nutzerinnen, der Preis für die Dienstleistung vergleichsweise hoch gewesen wäre).
- **Lieferdienst für Getränke:** Ein im Umfeld des „Offensiven Alters“ ansässiger Getränkeshändler zeigte sich bereit Sammelbestellungen für Getränke anzunehmen und diese kostenlos zu liefern. Diese Information, sowie Warenangebotsliste und Adresse wurden an die Mitglieder der AG Versorgung weitergegeben, die diese Möglichkeit an ihre Nachbarinnen kommunizieren wollten. Eine Inanspruchnahme des Lieferdienstes für Getränke ist unseres Wissens nicht erfolgt.

5.2.4 Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen im Wohnprojekt „Offensives Altern“

Die im Forschungsvorhaben mit den Bewohnerinnen entwickelten Ideen sind trotz eines vielfältigen und aufwändigen Planungsprozesses nicht ans Laufen gekommen. Allen in der AG Versorgung entwickelten Konzepten war gemeinsam, dass sie ein höheres Maß an Absprache und gemeinschaftlicher Organisation erfordert hätten, um realisiert werden zu können. Damit sind mit diesen Konzepten immer höhere Transaktionskosten in Bezug auf den organisatorischen Aufwand verbunden gewesen, als die individuelle Versorgung, die die Bewohnerinnen bislang praktizierten. Zum Teil hätten finanzielle Einsparungen erzielt werden können, zum Teil hätten spezifische Belastungen wie z.B. der Transport von Einkäufen reduziert werden können.

Als entscheidendes Hemmnis zeigte sich, dass die Bewohnerinnen in ihrer Alltagsorganisation keine dauerhaften Verbindlichkeiten untereinander eingehen wollten. Damit wäre unter Umständen ein Konfliktpotenzial verbunden gewesen, dass zusätzlich zu dem höheren Organisationsaufwand als belastend empfunden wurde. Beispielsweise hätte die gemeinschaftliche Nutzung einer kostenpflichtigen Dienstleistung beim Ausfall einzelner oder mehrerer bedeutet, dass die übrig Gebliebene(n) allein für sie u.U. zu hohe Kosten zu tragen gehabt hätte(n).

Als schwierig im Beteiligungsprozess stellte sich heraus, dass die Planung selbst mit einem hohen Zeitaufwand verbunden war. Für die Gruppe der allein Erziehenden, die über geringe Kapazitäten an freier Zeit verfügen, stellte dies ein Hemmnis dar, sich an Planungsprozessen zu beteiligen, bei denen nicht von vorneherein abzusehen ist, dass das Ergebnis tatsächlich zu spürbaren Verbesserungen führt. Zum Teil war es schwierig, die zeitlichen Bedürfnisse der unterschiedlichen im Haus zusammen lebenden Gruppen miteinander in Einklang zu bringen.

5.3 Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung in Berlin-Neukölln

5.3.1 Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage

Ein Ziel unseres Vorhabens war, die Möglichkeiten von Maßnahmen und Angeboten zur Förderung von nachhaltigen Konsumverhalten in verschiedenen sozialen Kontexten zu erproben und dabei auch Menschen anzusprechen, bei denen ein Interesse an nachhaltigem Konsum nicht vorausgesetzt werden kann. Vor diesem Hintergrund haben wir mit der Auswahl einer Wohnanlage aus der Rollbergsiedlung bewusst in ein Gebiet begeben, in dem die Voraussetzungen für die Etablierung nachhaltigerer Konsumangebote als schwierig einzuschätzen waren.

Die Rollbergsiedlung mit ihren 5.800 BewohnerInnen ist als sozialer Brennpunkt bekannt, sie wurde im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“ zum Quartiersmanagementgebiet erklärt. Gravierende Probleme im Rollberg sind das sehr niedrige Bildungsniveau, die hohe Arbeitslosigkeit, die geringe Teilhabe vieler BewohnerInnen (auch deutscher Herkunft) am Gesellschaftsleben und das Zusammenleben der über 30 verschiedenen Nationalitäten in der Siedlung (Quartiersmanagement im Rollbergviertel o.J., Senatsverwaltung für Stadtentwicklung o.J.) Als eine begünstigende Voraussetzung schätzten wir ein, dass mit dem

Quartiersmanagement und weiteren sozialen Projekten im Viertel über die Wohnungsbaugesellschaft hinaus potenzielle Kooperationspartner für unser Vorhaben in der Siedlung vorhanden waren.

Die Rollbergsiedlung ist im Rahmen einer Flächensanierung in den Jahren 1967 bis 1982 entstanden. Sie ist zentral gelegen, liegt zwischen zwei großen Einkaufsstraßen und verfügt über eine gute Verkehrsanbindung. Die ausgewählte Wohnanlage gehört zum Bestand der Stadt und Land Wohnbauten GmbH. Es ist ein Doppelhochhaus mit 77 Wohnungen, die zum Zeitpunkt der ersten MieterInnenbefragung von 75 Mietparteien bewohnt waren. Innerhalb der Häuser variieren die Größen und Qualitäten der Wohnungen. Während in den unteren Etagen eher kleinere Wohnungen mit kleinen Balkons zu finden sind, sind in den oberen Etagen große Wohnungen mit großen Balkons, zum Teil mit Dachterrassen. In der Siedlung gilt die Mieterschaft in diesen Häusern als stabil und nachbarschaftlich. Bemerkenswert ist, dass in der ausgewählten Anlage überdurchschnittlich viele Menschen wohnen, die sich im Mieterbeirat engagieren.

Entscheidend für die Auswahl des Doppelhochhauses in der Kienitzer Straße war die Einschätzung der Nachbarschaft durch unseren Ansprechpartner bei der Stadt und Land Wohnbautengesellschaft mbH, Herrn Boltz, und der Kontakt mit zwei im Mieterbeirat engagierten Bewohnerinnen des Hauses, die sich in einem Gespräch am Projekt interessiert zeigten. Darüber hinaus ist in diesem Haus ein Kellerraum vorhanden, der von der Stadt und Land für das Vorhaben zur Verfügung gestellt werden konnte.

5.3.2 BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen

Im Rahmen der ersten MieterInnenbefragung wurden von den 75 Haushalten in der Wohnanlage 37 Haushalte befragt, was einer Beteiligung von 49,3 % entspricht. Vor dem Hintergrund des hohen Aufwandes, der betrieben wurde um die BewohnerInnen zu erreichen, ist diese Beteiligung als niedrig einzuschätzen. Lediglich elf MieterInnen wurden nicht angetroffen; 27 Mietparteien wurden erreicht, wollten sich aber nicht an der Befragung beteiligen. Die häufigste Begründung für eine Nichtbeteiligung waren Vorbehalte gegenüber den NachbarInnen und entsprechendes Desinteresse an unserem Projekt. Darüber hinaus gab es eine Gruppe von alten bzw. sehr alten und gebrechlichen Menschen, die sich durch die Befragung überfordert fühlten bzw. ohnehin keine Fremden in ihre Wohnungen lassen. Am Rande der Befragung wurden zudem Konfliktlinien zwischen einigen MieterInnen und den im Haus lebenden Mieterbeiratsmitgliedern deutlich.

Die befragten BewohnerInnen in der Rollbergsiedlung verteilen sich wie in Tabelle 7 angeführt auf die verschiedenen Haushaltstypen.

Die Verteilung der Haushaltstypen im Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung ließe eigentlich auf Potenziale für Maßnahmen im Sinne unserer Projektziele in der Wohnanlage schließen, da die am häufig vertretenen Haushaltstypen VI, VIII und III in der Gesamtstichprobe nicht als besonders skeptisch, sondern eher als aufgeschlossen oder pragmatisch gegenüber den Projektzielen identifiziert wurden.

Tabelle 7 Verteilung der Haushaltstypen in der untersuchten Wohnanlage in der Rollbergsiedlung

Haus- haltstyp Nr.	Bezeichnung	Häufigkeit im Modellprojekt Rollberg	Häufigkeit in Gesamt-Stich- probe
VI	Mittelalte allein Lebende	29,7 %	21,6 %
II	Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende	16,2 %	16,8 %
VIII	Familien mit Kindern (überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit)	16,2 %	10,4 %
III	Allein erziehende Frauen und junge Familien	8,1 %	15,2 %
IV	Ältere finanziell schlecht gestellte Paare	8,1 %	6,4 %
I	Junge Paare mit vorwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung	5,4 %	9,6 %
V	Gut verdienende Paare über 40 zum Teil mit erwachsenen Kindern	5,4 %	7,2 %
VII	Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 u. 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung	5,4 %	6,4 %
IX	Allein Lebende über 40, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung (überwiegend Frauen)	5,4 %	6,4 %

Die Ergebnisse der Befragung zeigen aber zugleich, dass das Interesse an Maßnahmen und Angeboten für Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen in der Rollbergsiedlung insgesamt sehr gering ist. Dabei zeigten sich allerdings Unterschiede zwischen den verschiedenen erfragten Bereichen:

- Aus- und Verleihen von Gegenständen

Die Befragung ergab ein geringes Interesse an Verleihangeboten, und zwar das geringste von allen untersuchten Wohnanlagen. Lediglich bei zwei der im Fragebogen angegebenen Gegenstände (Sackkarre und Teppichreiniger) äußerten mehr als 30 % der Befragten, dass sie diese vielleicht ausleihen würden. Der Anteil derjenigen, die angaben, dass ein Verleihangebot Einfluss auf eine Anschaffungsentscheidung haben würde, ist mit 36,1 % im Modellprojekt Rollbergsiedlung mit Abstand am niedrigsten von allen untersuchten Wohnanlagen. Dies deutet darauf hin, dass das Leihen von Gegenständen kaum als Alternative zum Privatbesitz angesehen wird. Die Bereitschaft Gegenstände an NachbarInnen zu verleihen ist im Modellprojekt Rollbergsiedlung mit 45,7 % am geringsten (zum Vergleich: „Bremer Höhe“ 85,7 %, „Offensives Altern“ 100 %, Hochhaus am Wuhletal 72,7 %).

- Gemeinschaftseinrichtungen

An Gemeinschaftseinrichtungen besteht größeres Interesse als am Aus- und Verleihen von Gegenständen, das geäußerte Interesse ist im Vergleich mit den anderen untersuchten Wohnanlagen als mittel bis groß einzuschätzen. Vor allem zu Gemeinschaftseinrichtungen mit Trainings- und Fitnessgeräten und einem Computerraum gaben viele der Befragten an, solche Einrichtungen vielleicht nutzen zu wollen (Trainings- und Fitnessgeräte 59,5 %, Computerraum 48,6 %). Das vergleichsweise hohe Interesse an einem Computerraum spiegelt auch die vergleichsweise geringe Ausstattung der Haushalte mit Computern wider: Lediglich 35,1 % der Haushalte verfügen über einen Computer, 24,3 % über einen Internetzugang. Auf die offene Frage nach eigenen Ideen für Gemeinschaftseinrichtungen im Haus wurden mehrfach Einrichtungen aus dem Bereich

Geselligkeit und Feiern (Partyraum, Treffpunkt, Feste) genannt.

- Nachbarschaftshilfe
Die Ergebnisse der Befragung und die Erfahrungen während der Durchführung der Interviews deuten darauf hin, dass zumindest bei einem Teil der BewohnerInnen ein Bedürfnis nach Nachbarschaftlichkeit bei gleichzeitiger Skepsis gegenüber den NachbarInnen im Haus besteht. Die Fragen, mit denen die Potenziale für einen Dienstleistungsaustausch abgefragt werden sollten (Bedarf an Unterstützung bei einigen Arbeiten, Vorstellbarkeit eines Tauschringes, Bereitschaft Nachbarschaftshilfe zu leisten), stießen auf deutlich höhere Resonanz als die Fragen zum Interesse am Aus- und Verleihen von Gegenständen. Im Vergleich mit den anderen untersuchten Wohnanlagen sind sie allerdings niedrig.
- Car-Sharing
An einem Car-Sharing-Angebot besteht bei den Befragten in der Rollbergsiedlung mehrheitlich kein Interesse.²⁶
- Lieferdienste
Das Interesse an Lieferdiensten ist bei den BewohnerInnen der Wohnanlage in der Rollbergsiedlung gering.

5.3.3 Konzeption von Maßnahmen und Angeboten auf Grundlage der ermittelten Interessen der BewohnerInnen

Die Ergebnisse der ersten MieterInnenbefragung ließen auf ein Interesse der BewohnerInnen an Gemeinschaftseinrichtungen schließen. Ansatzpunkt für das weitere Vorgehen in der Wohnanlage in der Rollbergsiedlung war daher die Einrichtung eines Gemeinschaftsraums. Grundgedanke hierbei war, mit einem Raum, der neue Nutzungsmöglichkeiten für die BewohnerInnen bietet, sowohl einen Beitrag zur Verbesserung der Nachbarschaft zu leisten als auch eine Keimzelle für mögliche zukünftige Ansätze von gemeinschaftlichen Nutzungsstrategien zu schaffen.

Die Stadt und Land Wohnungsbautengesellschaft mbH ist grundsätzlich gerne bereit, aktiven MieterInnengruppen Räume für gemeinsame Aktivitäten zur Verfügung zu stellen, unter der Voraussetzung, dass es verlässliche AnsprechpartnerInnen gibt, die die Verantwortung für die Schlüssel übernehmen. Da der einzige freie Raum in der ausgewählten Wohnanlage für eine Nutzung im Rahmen von Freizeitaktivitäten und ähnlichem wenig geeignet war (Kellerraum ohne Fenster, keine sanitären Anlagen), wurde uns von unserem Ansprechpartner bei der Wohnungsbaugesellschaft die Möglichkeit in Aussicht gestellt, einen entsprechenden Raum in einem nahe gelegenen Haus mit in das Projekt einzubeziehen.

In Abstimmung mit dem zuständigen Mitarbeiter der Stadt und Land Wohnungsbautengesellschaft mbH sowie einem Vertreter des Quartiersmanagements wurde beschlossen die Gestaltung einer gemeinschaftlichen Nutzung der genannten Räume in den Mittelpunkt der vorgesehenen Zukunftswerkstatt zur BewohnerInnenbeteiligung zu stellen. Die Stadt und Land Wohnungsbautengesellschaft mbH erklärte sich bereit, die Räume zu renovieren, wenn eine Konzeption für eine kollektive Raumnutzung vorliegt. Für die weitere Ausstattung des Raums

²⁶ Obwohl die Frage nicht im Fragebogen der ersten MieterInnenbefragung enthalten war, wurde in den Interviews zum Teil deutlich, dass eine Reihe der Befragten nicht über einen Führerschein verfügt.

stellte das Quartiersmanagement in Aussicht, dass eine Beantragung von Mitteln aus dem Quartiersfonds möglich sei. Unter der Voraussetzung, dass Engagement und Bereitschaft zu Übernahme von Verantwortung seitens interessierter BewohnerInnen erkennbar ist, bestand demnach Aussicht auf eine Bereitstellung von Ressourcen durch die Wohnungsbaugesellschaft und das Quartiersmanagement.

Die BewohnerInnen der Wohnanlage wurden mit schriftlichen Einladungen, Aushängen, einem Infostand sowie einem Artikel im Rollberginfo zu einer Zukunftswerkstatt über die Nutzung und Gestaltung der Räume eingeladen. Trotz zweimaliger Einladung und Terminsuche mit einigen Beteiligten konnte aber letztendlich wegen mangelnder Teilnahme die Zukunftswerkstatt nicht realisiert werden.

Aufgrund der geringen Resonanz und den Ergebnissen der MieterInnenbefragung, die ebenfalls ein geringes Interesse der BewohnerInnen zeigten, wurden die Aktivitäten in der Rollbergsiedlung danach nicht weitergeführt.

5.3.4 Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in der Rollbergsiedlung

Ein wesentliches Charakteristikum der Wohnanlage in der Rollbergsiedlung ist, dass das Interesse der BewohnerInnen an Gemeinschaftsnutzungsstrategien und ökologischen Dienstleistungen so gering ist, dass in dieser Hinsicht keine Anknüpfungspunkte für die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Angeboten vorhanden waren. Der Versuch, durch ein auf Förderung der Nachbarschaftlichkeit und die gemeinsame Planung einer Gemeinschaftseinrichtung aufbauendes Vorgehen in der Rollbergsiedlung Ansatzpunkte für neue Nutzungsstrategien zu entwickeln, ist im Rahmen unseres Vorgehens nicht gelungen. Dies mag damit zusammenhängen, dass sich das schlechte Image des Viertels und das damit verbundene Misstrauen gegenüber den Nachbarn insgesamt ungünstig auf ein wohnumfeldbezogenes Vorgehen auswirkt. Hinzu kamen Konfliktlinien innerhalb des Hauses, die auch die Mieterbeiratsmitglieder einschlossen, die bei der Auswahl der Wohnanlage für uns nicht erkennbar waren.

Mit der Stadt und Land Wohnungsbautengesellschaft mbH und dem Quartiersmanagement sind Akteure im Viertel vorhanden, die die Umsetzung von Projekten im Wohnumfeld unterstützen. Dabei ist ein gewisser Grad an Engagement und Selbstorganisation der BewohnerInnen die Voraussetzung dafür, dass Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Die Situation in der untersuchten Wohnanlage in der Rollbergsiedlung ist - wie eine genauere Analyse der in der ersten MieterInnenbefragung erhobenen Daten zeigt - dadurch gekennzeichnet, dass die BewohnerInnen kaum Interesse an Gemeinschaftsnutzungsstrategien, ökologischen Dienstleistungen und Ökoprodukten haben, die Nachbarschaftseinbindung im Vergleich zu den anderen untersuchten Wohnanlagen gering ist und ein hoher Anteil von Haushalten (40,5 %) über ein nach den bei der Auswertung angelegten Bewertungskriterien niedriges Einkommen verfügt. Hier zeigen sich Parallelen zu dem im Rahmen der Konsumstiltypologie des ISOE beschriebenen Typ der „schlecht gestellten Überforderten“, die für das Thema nachhaltiger Konsum nur schwer erreichbar sind. Hinzu kommt, dass das gegenseitige Vertrauen innerhalb der Nachbarschaft gering ist, womit eine wichtige Basis für gemeinschaftliche Nutzungen eingeschränkt ist.

Nachhaltiger Konsum und neue Nutzungsstrategien sind Themen, die - wie die Ergebnisse

der MieterInnenbefragung verdeutlichen - für die BewohnerInnen in der Rollbergsiedlung nicht von aktuellem Interesse sind, sondern für die sie gezielt gewonnen werden müssten. Akteure, die hierfür in Vorleistung gehen wollen bzw. können, sind jedoch nicht vorhanden.

5.4 Hochhaus am Wuhletal

5.4.1 Allgemeine Kennzeichen der Wohnanlage

Das Hochhaus am Wuhletal befindet sich in einer Großsiedlung in Stadtrandlage im ehemaligen Ost-Berlin. Es gehört zum Bestand Wohnungsbaugesellschaft Hellersdorf (WoGeHe). Die WoGeHe wurde 1990 als landeseigene Wohnungsbaugesellschaft gegründet und hat ihren Wohnungsbestand von 23.000 Wohnungen in so genannten „Plattenbausiedlungen“ in nordöstlicher Stadtrandlage. In einigen ihrer Häuser hat die WoGeHe Vermietungsprobleme. Im Wohngebiet am Wuhletal sind die Einkaufsmöglichkeiten begrenzt, die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr besteht über zwei Buslinien, der Weg zu den nächsten U- und S-Bahnstationen ist relativ weit.

Als Wohnanlage für die Untersuchung haben wir ein 12-geschossiges Hochhaus ausgewählt, das Ende der 1980er Jahre errichtet und 1998 saniert wurde. Es liegt am Rande der Großsiedlung unmittelbar am landschaftlich attraktiven Wuhletal. Im Haus gibt es insgesamt 55 Wohnungen. Alle Wohnungen sind verhältnismäßig klein. Das Haus ist im Vergleich mit anderen Gebäuden der WoGeHe bei den MieterInnen sehr beliebt und hat in der Großsiedlung einen guten Ruf in Bezug auf eine stabile und ruhige Nachbarschaft. In diesem Haus gibt es keine Vermietungs- und Leerstandsprobleme und eine geringe Fluktuation.

Das Haus verfügt im Erdgeschoss über gut belichtete Räume mit sanitären Einrichtungen, die vielseitige Möglichkeiten der Nutzung eröffneten. Diese wurden zum Zeitpunkt der Auswahl des Hauses von der Verwaltung der WoGeHe als Lager genutzt, und wären nach der Einschätzung unseres ersten Ansprechpartners leicht für eine Gemeinschaftsnutzung zu räumen gewesen. Da die Räume sich zur ebener Erde befinden, sind sie für die BewohnerInnen des Hauses leicht zugänglich.

5.4.2 BewohnerInnenstruktur und Interesse an organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen

Im Hochhaus am Wuhletal wurde mit 42,6 % die geringste Beteiligungsquote von allen vier Wohnanlagen erreicht. Bereits im Vorfeld der ersten MieterInnenbefragung hatte es bei Umfeldrecherchen Hinweise darauf gegeben, dass es schwierig werden könnte, Zugang zu den MieterInnen zu bekommen. Da es keinen Mieterbeirat o. ä. Formen der Organisation der MieterInnen gab, war es zudem nicht möglich uns ein Bild über die Bereitschaft der MieterInnen zur Beteiligung an unserem Projekt zu machen. Um dieses Defizit ein wenig auszugleichen wollten wir die MieterInnen vor Beginn der ersten Befragung explizit und persönlich über das geplante Vorhaben informieren. Deshalb machten wir an einem Samstagmorgen einen Infostand im Eingangsbereich des Gebäudes. Die Reaktionen der BewohnerInnen auf unser Vorhaben reichte von skeptischem Interesse über Desinteresse bis zu starker Ablehnung. Mit dem Informationsstand ist es gelungen mit etwa einem Drittel der BewohnerInnen kurz zu sprechen und mit einigen Gesprächstermine zu vereinbaren. Einige teilten bereits mit, dass sie sich nicht beteiligen möchten und blieben auch dabei, als sie

später noch einmal gefragt wurden.

Zur Zeit der Befragung waren 54 der 55 Wohnungen vermietet. An der Befragung haben insgesamt Menschen aus 24 Haushalten teilgenommen (42,6 %). 17 BewohnerInnen (31,5 %) äußerten dezidiert, dass sie kein Interesse an der Befragung und weiteren Beteiligung hätten.

Tabelle 8 Verteilung der Haushaltstypen in dem untersuchten Hochhaus am Wuhletal

Haus- haltstyp	Bezeichnung	Häufigkeit im Hochhaus am Wuhletal	Häufigkeit in Gesamt-Stich- probe
VI	Mittelalte allein Lebende (überwiegend Männer)	26,1 %	21,6 %
II	Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen)	21,7 %	16,8 %
V	Gut verdienende Paare über 40, z.T. mit erwachsenen Kindern	17,4 %	7,2 %
VIII	Familien mit Kindern (überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit)	8,7 %	10,4 %
VII	Finanziell schlecht gestellte zwischen 40 u 60, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung	8,7 %	6,4 %
IX	Allein Lebende über 40, meist mit guter Nachbarschaftseinbindung (überwiegend Frauen)	8,7 %	6,4 %
I	Junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung	4,3 %	9,6 %
IV	Ältere finanziell schlecht gestellte Paare	4,3 %	6,4 %

Nach der in Tabelle 8 dargestellten Verteilung auf die Haushaltstypen gehören 44,5 % der BewohnerInnen in Bezug auf ihr „Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und nachhaltigen Konsumangeboten im Wohnumfeld“ zu den „Partiell Interessierten“. Die Gruppen I, V und IX, die aufgrund der Typisierung als überdurchschnittlich interessiert identifiziert wurden, sind nur in geringen Anteilen vertreten.

Der überwiegende Teil der Befragten (65,2 %) lebt allein. Dies ist nach dem „Offensiven Altern“ der höchste Anteil in den vier Wohnanlagen. Nach dem Wohnprojekt „Offensives Altern“ weist das untersuchte Hochhaus am Wuhletal den größten Anteil an über 60 Jährigen (31,8 %) auf. Nur 21,7 % der Befragten haben einen höheren Bildungsabschluss, dieser Anteil ist nur im Rollberg niedriger (21,6 %). Die Einkommenssituation der BewohnerInnen ist im Vergleich zu den anderen Projekten stark polarisiert: So ist der Anteil derjenigen, die über ein hohes Einkommen verfügen, am höchsten (26,1 %) und auch der Anteil derjenigen, die über ein niedriges Einkommen verfügen am höchsten (47,8 %). Die Nachbarschaftseinbindung ist nach der Rollbergsiedlung am niedrigsten. Nur wenige BewohnerInnen kaufen regelmäßig Ökoprodukte (8,7 %).

In Bezug auf Anknüpfungspunkte für Maßnahmen und Angebote zu organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen ergab die erste MieterInnenbefragung folgendes Bild:

- Aus- und Verleihen von Gegenständen

Die Befragung ergab ein verhältnismäßig geringes Interesse an Verleihangeboten. Nur an wenigen Dingen bestand Interesse: Teppichreiniger (63,8 %), Stühle für größere Feste (54,5 %), Nutzung einer Sackkarre (50 %). Alle anderen Gegenstände waren für

die BewohnerInnen von geringerem Interesse. Nur vier der Befragten äußerten eigene Ideen, dies ist im Vergleich mit den Befragungen in den anderen Wohngebieten ausgesprochen wenig.

- Gemeinschaftseinrichtungen

Das Interesse an gemeinschaftlichen Einrichtungen war deutlich höher. Dies äußerte sich sowohl in Bezug auf die Zustimmung zu vorgegebenen Möglichkeiten gemeinschaftlicher Nutzung, als auch in der Nennung der Wünsche für gemeinschaftliche Einrichtungen im Haus.

Ein hohes Interesse wurde für das Angebot von Trainings- und Fitnessgeräten geäußert (63,6 %). Zudem wurde auf die offene Frage nach weiteren gemeinschaftlich genutzten Räumen sehr häufig ein für die BewohnerInnen des Hauses zugänglicher Raum als Treffpunkt genannt.²⁷

Im Rahmen der Befragung zeigte sich, dass vor der Wende ein Gemeinschaftsraum allen HausbewohnerInnen zur Verfügung stand und gut genutzt wurde. Dieser wurde den BewohnerInnen nach der Wende entzogen. In der Wahrnehmung der BewohnerInnen, die bereits vor der Wende in dem Haus gelebt haben, gehen die gemachten Erfahrungen in die Richtung, dass statt einer ehemals staatlichen Förderung von gemeinschaftlichen Aktivitäten in der Nachbarschaft eine Kommerzialisierung des Wohnumfeldes begonnen habe. Gemeinschaftliche Einrichtungen wurden geschlossen und entweder ersatzlos gestrichen oder durch kommerzielle Dienste ersetzt. Auch die zuvor kostenlos bereit gestellten Parkplätze wurde durch eine Parkplatzbewirtschaftung gegen eine monatliche Miete ersetzt. Über diese Erfahrungen äußerten sich die BewohnerInnen zum Teil mit Bitterkeit.

- Nachbarschaftshilfe

Die Bereitschaft Dinge an Nachbarn zu verleihen ist relativ hoch (72,7 %) (Vergleich „Offensives Altern“ 100 %, „Bremer Höhe“ 85,7 %; Doppelhochhaus in der Rollbergsiedlung 45,7 %). Es wurde häufig angegeben, dass der nachbarschaftliche Austausch sich vor allem auf die NachbarInnen auf der gleichen Etage beziehe und man Dinge untereinander ausleihe. In Bezug auf einen Tauschring für Dienstleistungen wurde nur wenig Bedarf geäußert, 86,4 % benötigen selten oder nie Unterstützung bei alltäglichen Arbeiten.

- Car-Sharing

An Car-Sharing besteht in dem untersuchten Hochhaus kein Interesse, mit 90,9 % der Befragten stellten wir die größte Ablehnung von Car-Sharing Angeboten im Wohnumfeld in allen untersuchten Wohnanlagen fest. 43,5 % der BewohnerInnen besitzen ein Auto.

- Lieferdienste

Der Vorschlag Lieferdienste in Anspruch zu nehmen, wurde von den BewohnerInnen skeptisch beantwortet. Genannte Bedenken waren, sich über Bestellungen von Waren zu verschulden, abhängig von einer zunächst preisgünstigen Dienstleistung zu werden und sie sich nicht mehr leisten zu können, wenn nach einer Einführungszeit möglicherweise höhere Kosten entstünden.

²⁷ Zehn der 23 InterviewpartnerInnen äußerten den Wunsch nach einem Gemeinschaftsraum für Feste, Treffen, handwerkliche Tätigkeiten oder Handarbeiten.

Die Befragung zeigt ein geringes Interesse der BewohnerInnen an möglichen Angeboten und Maßnahmen zu organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen. Einzig an der (Wieder)einrichtung eines Gemeinschaftsraumes bestand bei den BewohnerInnen ein Interesse.

5.4.3 Konzeption von Maßnahmen und Angeboten auf Grundlage der ermittelten Interessen der BewohnerInnen

Im Hochhaus am Wuhletal wurde die geringste Beteiligungsquote im Vergleich zwischen den vier untersuchten Wohnanlagen erreicht. Die Befragungsergebnisse zeigen zudem ein geringes Interesse der BewohnerInnen an möglichen Angeboten, sodass die Chancen für eine erfolgreiche Umsetzung von Maßnahmen zur gemeinschaftlichen Nutzung von Gebrauchsgegenständen und ökologischen Dienstleistungen als gering einzuschätzen waren. Als Ansatzpunkt und Keimzelle für die Entwicklung von Gemeinschaftsnutzungen im Wohnumfeld wurde wie in der Rollbergsiedlung die Einrichtung eines Gemeinschaftsraumes und ein Verleihangebot ausgewählter Gegenstände durch die Wohnungsbaugesellschaft gesehen. Mit der Wiedereinrichtung des Gemeinschaftsraumes sollte auch ein Signal an die MieterInnen gegeben werden, die auf ihrem Erfahrungshintergrund dem Vorhaben gegenüber skeptisch eingestellt waren. Es sollte deutlich werden, dass Engagement und Beteiligung an einem Gestaltungsprozess für sie mit Vorteilen verbunden sein könnte. Die geplante Vorgehensweise sah vor, dass die Zukunftswerkstatt bereits in den Räumen stattfinden sollte, die sich im Erdgeschoss des Hochhauses befinden und für gemeinschaftliche Nutzung aufgrund von Lage und Ausstattung gut geeignet waren.

Die Ergebnisse der Befragung wurden der Geschäftsstellenleitung der WoGeHe vorgestellt und zwei mögliche Maßnahmen diskutiert.

- (Wieder)Einrichtung eines Gemeinschaftsraumes als Ausgangspunkt für neue Nutzungsstrategien
Als Ansatzpunkt für Gemeinschaftsnutzungen wurde die Einrichtung eines gemeinschaftlichen Raumes gesehen, der zu verschiedenen Zwecken genutzt werden kann. Da an der Neueinrichtung eines Gemeinschaftsraumes das meiste Interesse geäußert wurde und auch an gemeinschaftlichen Einrichtungen ein höheres Interesse bei den BewohnerInnen festzustellen war, sahen wir in der Bereitstellung von gemeinschaftlichen Räumen eine Möglichkeit und einen Entwicklungsansatz für neue Nutzungsstrategien. Vorgesehen war, diesen mit Trainings- und Fitnessgeräten auszustatten.²⁸
- Verleih von selten benötigten Gegenständen über das Servicebüro der WoGeHe
Die wenigen Gegenstände, die die BewohnerInnen in einer Verleihstation ausleihen würden, sind solche (Teppichreiniger, Stühle für größere Feste, Sackkarre), die nur einen relativ geringen Wartungsaufwand verursachen, einen vergleichsweise geringen Anschaffungspreis haben und nur selten benötigt werden. Wir hielten es für denkbar, dass die WoGeHe diese Dinge anschafft und gegen ein geringes Entgelt ihren MieterInnen zum Verleih anbietet. Im Rahmen des Forschungsvorhabens wäre es möglich gewesen, die Anschaffung geeigneter Geräte auch finanziell zu unterstützen. Da die WoGeHe in Teilen ihres Wohnungsbestandes Vermietungsprobleme hat, hatte der

²⁸ Dies ist eine Produktgruppe, die aus Nachhaltigkeitsaspekten heraus interessant ist, weil der Ausstattungsgrad privater Haushalte noch vergleichsweise niedrig ist und der gesellschaftliche Trend aber erwarten lässt, dass die Anschaffungen im privaten Bereich in Zukunft ansteigen werden.

damalige Geschäftsstellenleiter im Vorfeld der Arbeiten das Interesse geäußert, neue Dienstleistungsangebote zu entwickeln, mit denen die Attraktivität der Wohnungen und die Mieterbindung gesteigert werden könnte. Auch in diesem Zusammenhang sahen wir das Angebot von Leihmöglichkeiten wohnungsbezogener Geräte als sinnvoll an.

Vergleichsweise einfach zu realisieren wäre zudem ein Angebot für die MieterInnen, die ohnehin vorhandenen Fax- und Kopiergeräte gegen ein geringes Entgelt im Servicebüro zu nutzen.

Es zeigte sich das Problem, dass im Verlaufe der Kooperation die Geschäftsstellenleitung gewechselt hat. Wir stellten in der Zusammenarbeit mit den wechselnden PartnerInnen fest, dass die Bereitschaft und Möglichkeiten Ressourcen bereit zu stellen stark personenabhängig sind. Während der ursprüngliche Ansprechpartner Ressourcen in Aussicht gestellt hatte, war das bei seiner Nachfolgerin nicht mehr der Fall. Die Bereitstellung eines vorhandenen Raumes für gemeinschaftliche Aktivitäten der MieterInnen sahen wir als Voraussetzung dafür an, mit den BewohnerInnen weiter zu arbeiten und machten dies in der Diskussion deutlich. Da die Räume nicht zur Verfügung gestellt wurden, stellten wir die weiteren Arbeiten ein.

5.4.4 Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen im Hochhaus am Wuhletal

Im Hochhaus am Wuhletal trafen wir auf geringes Interesse bei den BewohnerInnen in Bezug auf organisierte Gemeinschaftsnutzungen, prägend war zudem eine große Skepsis, die möglicherweise begründet war in den seit der Wende gemachten Erfahrungen. Anders als bei den anderen drei Kooperationspartnern gab es in der WoGeHe keine organisierte Mietervertretung. Die Bereitschaft von Seiten der Wohnungsbaugesellschaft organisierte Gemeinschaftsnutzungen mit Ressourcen zu unterstützen, war wie sich an der Frage der Bereitstellung der Räume zeigte, nicht (mehr) vorhanden. In diesem Untersuchungsgebiet wurde noch einmal deutlich, dass die Wohnungsbauunternehmen als Rahmengeber bei der Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen eine wichtige Rolle einnehmen.

5.5 Conciergen in der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG

5.5.1 Konzeption und Umsetzung von Angeboten

Als neues Element wurde überprüft, inwieweit bestehende Strukturen genutzt werden können, um nachhaltiges Konsumverhalten im Wohnumfeld zu fördern. Dazu wurden in Zusammenarbeit mit Concierge-Diensten ökologische Dienstleistungen angeboten. Es wurde eine neue Kooperation mit der Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH aufgebaut. Wir traten mit Konzepten für unterschiedliche ökologische Dienstleistungen an den Betreiber der Concierge-Logen heran. Die Angebote sollten im Unterschied zu den anderen Projekten ohne eine vorherige Befragung und Bedarfserhebung bei den angesprochenen Haushalten umgesetzt und im Anschluss in Bezug auf die Nutzung und die Akzeptanz bei den BewohnerInnen untersucht werden. Dem Unternehmen wurden vier ökologische Dienstleistungen als Erweiterung des Dienstleistungsspektrums vorgeschlagen:

- Akku-Pflegestation

Mit der Akku-Pflegestation sollte die Nutzung von Akkus statt Batterien gefördert und die Möglichkeit geschaffen werden, Akkus zu nutzen ohne ein eigenes Aufladegerät zu besitzen. Die Conciergen sollten den KundInnen einen kostenlosen Service zur Überprüfung, Ladung und Regeneration von Akkus anbieten. Dieses Angebot sollte kombiniert werden mit der Bezugsmöglichkeit von ökologisch günstigeren Akkus in der Concierge-Loge. Als weiterer Aufgabenbereich war das Bereithalten von Informationen zum Thema Batterien und Akkus geplant.

- Rücknahme leerer Batterien

Das Angebot einer Rücknahmemöglichkeit für leere Batterien stellt eine Ergänzung zur Akku-Pflegestation dar. Die Rücknahme von Altbatterien ist gesetzlich geregelt und wird bereits über den Kauf der Batterien finanziert. Es existiert ein Unternehmen, von dem Sammelbehälter bezogen werden können und das volle Behälter kostenlos abholt und durch einen leeren Behälter ersetzt. Die Aufgaben der Concierge bestehen im Aufstellen eines Rücknahmebehälters und unregelmäßigen Absprachen mit dem Entsorgungsunternehmen zum Abholen voller Behälter.

- Energiesparlampentestset

Ein Hemmnis in der Nutzung von Energiesparlampen ist die Unsicherheit, wie diese in den eigenen Räumen wirken (z.B. Lichtfarbe, Bauweise). Die BewohnerInnen sollten sich beim Concierge ein Testset mit Energiesparlampen verschiedener Formen und Lichtfarben ausleihen können, um diese in ihrer Wohnung ausprobieren zu können. Anschließend sollte den BewohnerInnen die Möglichkeit angeboten werden, die ausprobierten Energiesparlampen direkt bei der Concierge zu beziehen.

- Vermittlung und Koordination von Gemüseabonnements

Gedacht war an eine Zusammenarbeit mit einem Betrieb der ökologische Gemüseabonnements und Lieferungen anderer ökologischer Lebensmittel anbietet.

Der Vorteil der Bestellung eines Gemüseabonnements über die Concierge gegenüber einer individuellen Bestellung für die VerbraucherInnen hätte in einer Einsparung von Liefergebühren gelegen (vergleichbare Regelung wie im Projekt „Bremer Höhe“, vgl. Kapitel 5.1.3.2).

Die vorgeschlagenen Dienstleistungen wurden mit den verantwortlichen Mitarbeitern des Concierge-Managements diskutiert. In der Diskussion wurde als grundlegendes Hemmnis deutlich, dass die Concierge-Dienste keine Gegenstände zum Verkauf anbieten:

- Der Verkauf von Gegenständen erfordert die Einführung einer Buchführung sowie die Einrichtung eines sicheren Kassensystems, das es aufgrund des kostenfreien Dienstleistungsspektrums der Conciergen in den Stationen nicht gab.
- Mit dem Verkauf von Gegenständen oder der Vermittlung von Lieferdiensten wollte das Dienstleistungsunternehmen der Wohnungswirtschaft dem lokalen Einzelhandel keine Konkurrenz machen, da es sich bei den Einzelhändlern u.U. ebenfalls um MieterInnen der Wohnungsbaugenossenschaft handelt.
- Die Manager der Concierge-Dienste sahen es als wesentliches Image der Conciergen an, dass die angebotenen Dienstleistungen kostenfrei sind. Dies sollte durch den Verkauf von Gegenständen nicht durchbrochen werden.

Die genannten Argumente stellten insbesondere auch das Testset für Energiesparlampen in Frage, weil hier die Kombination der Testmöglichkeit mit dem einfachen Bezug der ausgewählten Lampen wesentliches Kennzeichen der angebotenen Dienstleistung gewesen wäre. Zudem bestanden starke Bedenken wegen der Notwendigkeit ein Pfand für den Verleih des Testsets erheben und bei der Rückgabe die Vollständigkeit und Funktionstüchtigkeit der einzelnen Lampen überprüfen zu müssen. Aus diesen Gründen entschieden sich die Kooperationspartner gegen die Einführung dieses Angebotes.

Gegen die Koordinierung von Gemüseabonnements sprachen aus Sicht der Concierge-Manager verschiedene Gründe. Als problematisch sahen sie die Gewährleistung der Produktqualität für den Zeitraum zwischen der Belieferung durch den Anbieter und die Weitergabe an die KundInnen an. Schwierig zu gewährleisten sei das ausreichende Vorhalten von Kühlmöglichkeiten, die bei den Conciergen nicht vorhanden seien. Die Auslieferung der Gemüseabonnements wurde zudem als zu arbeitsaufwändig eingeschätzt.

Es wurde vereinbart, dass die Akku-Pflegestation und die Batterierückgabe nach dem Ende der Sommerurlaubszeit im September 2003 bis zum Jahresende in drei Concierge-Stationen getestet werden würden.

Die gesamte inhaltliche Gestaltung wurde vom Forschungsvorhaben übernommen.²⁹ Erforderlich war:

- Auswahl und Beschaffung von für die Akku-Pflegestation geeigneten Geräten,
- Suche nach Einzelhändlern im Umfeld der drei Wohngebiete, die bereit sind, die von uns vorgeschlagenen umweltgerechteren Akkus für die NutzerInnen vorzuhalten,
- Erstellung eines Informationsblattes über die neuen Dienstleistungsangebote bei den Conciergen,
- Schulung der Concierge-MitarbeiterInnen im Umgang mit dem Gerät und zu grundlegenden Fragen des Umgangs mit Batterien und Akkus in privaten Haushalten.

Es konnten in keinem der drei Wohngebiete Einzelhändler gefunden werden, die bereit waren die vorgeschlagenen Akkus zum Verkauf bereit halten.³⁰

Das Concierge-Unternehmen übernahm die Verteilung des Informationsblattes an die von den neuen Dienstleistungen angesprochenen 2874 Haushalte. Ab 1. September 2003 wurden die beiden Dienstleistungen den Haushalten angeboten. Alle Haushalte wurden im Dezember 2003 zur Nutzung und Nicht-Nutzung der beiden Angebote schriftlich befragt. Bei der Verteilung der Befragungsunterlagen sowie bei der Organisation des Rücklaufes der Erhebungsbögen wurden wir von den Concierge-MitarbeiterInnen logistisch unterstützt.

²⁹ Die Arbeiten wurden zum Teil im Rahmen einer Studienarbeit von einem Studierenden der Umwelttechnik geleistet. (Overbeck 2004)

³⁰ Probleme waren, dass Akkus nicht in die Angebotsspektren der ansässigen Einzelhändler gepasst hätten. So boten zwar Zeitungs- und Lebensmittelhändler Batterien zum Kauf an, zum Vorhalten von Akkus fanden sie sich aber nicht bereit.

5.5.2 Resümee zu den Ergebnissen und Erfahrungen in den Conciergen der bbwo 1892

Von den Concierge-Dienstleistungsunternehmen wurden nur zwei Ideen aufgegriffen und umgesetzt. Beide Angebote waren für die MitarbeiterInnen der Conciergen mit einem relativ geringen Aufwand im Alltagsgeschäft verbunden. Die für die Umsetzung und Realisierung notwendigen Vorarbeiten wurden Forschungsvorhaben übernommen, sodass auch hierfür nur geringe Ressourcen in die Neuetaблиerung der Dienstleistungen eingeflossen sind.

Bei der Entwicklung von Angeboten steht die Förderung nachhaltigen Konsumverhaltens nicht auf der Agenda der Concierge-Dienste. Es bestand beim Kooperationspartner zwar die Bereitschaft vorgeschlagene Konzepte in der Praxis zu erproben, aber es bestand kein Eigeninteresse an der Weiterentwicklung und Ausweitung solcher Angebote. In der Konzeption der Angebotspalette ist es für das Unternehmen entscheidender, Dienstleistungen anzubieten, die der erwarteten und geäußerten Nachfrage der BewohnerInnen in den betreffenden Wohngebieten entsprechen. Diese werden als unterschiedlich eingeschätzt und z.B. als von der Sozialstruktur, die in den Gebieten vorgefunden wird, abhängig beschrieben. In der Konsequenz werden von dem kooperierenden Unternehmen in Gebieten mit älteren BewohnerInnen unterstützende Dienstleistungen bei der Bewältigung von Wegen oder Transporten bei der angebotenen Dienstleistungspalette in den Vordergrund gestellt, aber auch die Möglichkeit geboten, Computer und das Internet bei den Conciergen zu nutzen. In Gebieten mit größerem Anteil an Kindern stehen dagegen eher Angebote für Kinder und Kinderbetreuung im Mittelpunkt.

Der Bedarf nach ökologischen Dienstleistungen wird von den KundInnen der Conciergen nicht formuliert. Solche Nachfrage über ökologische Dienstleistung zu stimulieren sah unser Kooperationspartner nicht als sein Ziel an, sodass eigenständige Aktivitäten in dieser Hinsicht auch nicht unternommen werden.

6 Neue Nutzungsstrategien im Alltagstest: Nutzungsmuster und Umsetzung im Alltag

In diesem Kapitel untersuchen wir die Nutzung von umgesetzten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen in der Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ und im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ sowie die von uns initiierten Angebote in drei Concierge-Logen der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG. Dabei nehmen wir mit der Nutzung eines Ökolieferdienstes im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ auch ein Angebot in den Blick, das unabhängig von den Interventionen durch uns initiiert und genutzt wurde, da es von der Angebotsstruktur her den Zielsetzungen und Erkenntnisinteressen des Forschungsvorhabens entspricht.

Eine zentrale Fragestellung bei der Untersuchung der Nutzung der Angebote ist, wie und unter welchen Bedingungen die Nutzung der Angebote in den Alltag integriert werden kann bzw. welche Bedeutung die Integrierbarkeit in vorhandene Alltagsabläufe und die Anschlussfähigkeit an bestehende Alltagsanforderungen für die Nutzung bzw. die Nicht-Nutzung der Angebote hat. Dies geht auf die Annahme zurück, dass der Anschluss an Alltagsanforderungen und die Integrierbarkeit in vorhandene Abläufe im Alltag eine Kernfrage für die Realisierung eines nachhaltigen Konsumverhaltens ist (vgl. Kapitel 1). Zur Untersuchung der Nutzung bzw. Nicht-Nutzung der jeweiligen Angebote beleuchten wir in diesem Zusammenhang die folgenden Fragen: Wer nutzt das jeweilige Angebot, wie ist die Gruppe der NutzerInnen zu charakterisieren? Was waren bzw. sind die Motive und Anlässe für die Nutzung des jeweiligen Angebots? Was ist kennzeichnend für die Nutzungsmuster (im Alltag)? Welche Hemmnisse und Potenziale bestehen für die Umsetzung bzw. Nutzung (im Alltag)? Empirische Grundlage für die Bearbeitung dieser Fragen sind die qualitativen und quantitativen Befragungen, die wir in den untersuchten Wohnanlagen durchgeführt haben.

Da die Anschlussfähigkeit an und die Umsetzbarkeit im Alltag neben den Anforderungen der NutzerInnen wesentlich durch die Gestaltung des Angebots und damit durch die Perspektiven und Interessen der AnbieterInnen beeinflusst wird, stellen wir im Anschluss an die ausführliche Darstellung der Nutzung die Sicht der jeweiligen AnbieterInnen auf das jeweilige Angebot dar. Diese Darstellungen basieren auf ausführlichen ExpertInneninterviews mit den AnbieterInnen. Beide Perspektiven werden in einem Zwischenfazit zum jeweiligen Angebot zusammengeführt.

6.1 Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nichtnutzung der Verleihbörse „Bremer Höhe“

6.1.1 Die Struktur der Verleihbörse und ihre Konsequenzen für die Untersuchung der Nutzung

Die Verleihbörse ist, wie aus Kapitel 5.1.3.1 dieses Berichtes bereits deutlich wurde, ein Projekt, das den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ einen organisatorischen Rahmen für das gegenseitige Leihen von Gebrauchsgütern zur Verfügung stellt. Um auf die Angebote innerhalb der Verleihbörse zugreifen zu können ist ein Beitritt erforderlich. Voraussetzung für die Mitgliedschaft in der Verleihbörse ist - neben einem Wohnsitz in der „Bremer Höhe“ - selbst Gebrauchsgegenstände aus dem eigenen Haushalt zum Verleih an andere Verleihbörsen-

mitglieder anzubieten.

Kennzeichnend für die Verleihbörse ist damit, dass ihre Mitglieder sowohl AnbieterInnen als auch (potenzielle) NutzerInnen von Verleihmöglichkeiten sind. Das Angebotsspektrum der entlehbaren Gegenstände wird durch die Mitglieder der Verleihbörse bestimmt. In ihrer Anbieterfunktion für die Verleihmöglichkeiten gestalten die Mitglieder der Verleihbörse einen wesentlichen Aspekt der Nutzungsmöglichkeiten, da ihre Angebote bestimmen, welche Art von Gegenständen im Rahmen der Verleihbörse ausgeliehen werden können.

Gleichzeitig stellt der Beitritt zur Verleihbörse insofern bereits eine Nutzung dar, als dabei der organisatorische Rahmen der Verleihbörse genutzt wird. Dieser wird von der „Bremer Höhe“ und engagierten BewohnerInnen angeboten (vgl. Kapitel 5.1.3.1). Diese Anbieterfunktion gewährleistet die Pflege und Aktualisierung der Angebotsliste, die Information der Mitglieder sowie die Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Genossenschaft.

Bei der Untersuchung der Nutzung der Verleihbörse werden im Folgenden daher die verschiedenen Aspekte der Nutzung betrachtet:

- Die Teilnahme an der Verleihbörse:
Welche Art von Haushalten beteiligen sich an der Verleihbörse? (6.1.3)
Welches sind die Motive für eine Mitgliedschaft in der Verleihbörse? (6.1.4)
Welche Erfahrungen wurden mit dem Beitrittsprozedere gemacht? (6.1.5)
- Die Nutzung der Verleihmöglichkeiten/ das Leihen von Gegenständen von anderen Verleihbörsenmitgliedern:
In welchem Umfang werden Gegenstände im Rahmen der Verleihbörse geliehen und welche Nutzungsmuster sind dabei zu erkennen? (6.1.6)
Welche Hemmnisse und Potenziale bestehen im Hinblick auf die Nutzung der Verleihbörse und ihrer Leihmöglichkeiten? (6.1.7)

6.1.2 Charakterisierung des Samples

Das wesentliche Erhebungsinstrument zur Untersuchung der Nutzung der Verleihbörse, ihrer Hemmnisse und Potenziale sind die qualitativen Interviews, die zwischen September 2003 und April 2004 mit Mitgliedern der Verleihbörse sowie mit BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, die nicht an der Verleihbörse teilnehmen, geführt wurden.

Insgesamt wurden Interviews mit zufällig ausgewählten Verleihbörsenmitgliedern aus elf Haushalten³¹ geführt, was - vor der Zusammenführung mit der Kompetenzbörse - ungefähr der Hälfte der beteiligten Haushalte entsprach. Von diesen elf Haushalten gehörten fünf zum Haushaltstyp I (WGs und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung) und sechs zum Haushaltstyp III (Allein erziehende Frauen und junge Familien).

Darüber hinaus wurden Interviews mit sechs Nicht-Mitgliedern der Verleihbörse geführt. Wesentliches Kriterium für die Auswahl der InterviewpartnerInnen war hier die Zuordnung zu den Haushaltstypen, um ein möglichst breites Spektrum von Haushaltstypen erfassen zu können. Befragt wurden eine allein erziehende Mutter (Haushaltstyp III), zwei allein Lebende (Haushaltstyp VI), eine ältere Frau aus einem Paarhaushalt (Haushaltstyp IV), ein Mann aus

³¹ In einem Haushalt wurde mit zwei Personen, die beide Mitglied der Verleihbörse sind, gesprochen, da die erste Gesprächspartnerin im Interview auf ihren Partner verwies und dazu aufforderte auch mit ihm zu sprechen.

einem mittelalten Paarhaushalt (Haushaltstyp V) und eine allein lebende Frau über 40 (Haushaltstyp VII). Aus verschiedenen Gründen ist es nicht gelungen Nicht-Mitglieder für ein Interview zu gewinnen, die den Haushaltstypen I (WGs und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung), II (ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende), VIII (Familien mit Kindern, überwiegend Frauen zuständig für die Hausarbeit) und IX (allein Lebende über 40 meist mit guter Nachbarschaftseinbindung) zugeordnet werden können. Die Haushaltstypen II und IX sind nur zu sehr geringen Anteilen im Sample der ersten MieterInnenbefragung vertreten und zum Teil misstrauisch gegenüber einer Befragung durch Fremde. Mit dem Haushaltstyp VIII kam aus zeitlichen Gründen kein Gesprächstermin zustande. Der Haushaltstyp I ist bei den Mitgliedern der Verleihbörse bereits sehr stark vertreten.

Darüber hinaus wurde auf Ergebnisse der zweiten quantitativen MieterInnenbefragung zurückgegriffen (zur Charakterisierung des Samples siehe Tabelle 4 in Kapitel 5.1.3.1).

6.1.3 Charakterisierung der Nutzergruppe

Anhand der Ergebnisse der zweiten schriftlichen MieterInnenbefragung in der „Bremer Höhe“ wird deutlich, dass sich die Mitglieder bzw. Mitgliedshaushalte der Verleihbörse aus drei Haushaltstypen rekrutieren: WGs und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung, allein erziehende Frauen und junge Familien, mittelalte und junge allein Lebende (siehe Tabelle 9).

Der Fragebogen wurde nicht von allen Mitgliedern der Verleihbörse ausgefüllt. Die Mitgliederliste der Verleihbörse umfasste zum Zeitpunkt der Befragung (Juni 2003) 16 Haushalte (21 Personen). Mit 10 Haushalten hat jedoch der überwiegende Teil der Verleihbörsenmitglieder an der Befragung teilgenommen, sodass davon auszugehen ist, dass die in der Befragung ermittelte Verteilung auf die Haushaltstypen die Verleihbörse charakterisiert. Auch bei der Gewinnung von InterviewpartnerInnen für die qualitativen Befragung wurden keine Verleihbörsenmitglieder angetroffen, die nicht einem dieser drei Haushaltstypen zugeordnet werden können (s.o.).

Tabelle 9 Verteilung der Verleihbörsenmitglieder auf die Haushaltstypen

Haushaltstyp	Anzahl der Verleihbörsenmitglieder
WG und junge Paare mit überw. partnerschaftl. Haushaltsführung	3
Allein erziehende Frauen und junge Familien	4
Mittelalte und junge allein Lebende	3
Summe	10

Die Mitgliederzahl von 16 Haushalten mit einer oder zwei Personen (insgesamt 21 Personen) ist bezogen auf den relativ kurzen Zeitraum der Existenz der Verleihbörse (zum Zeitpunkt der Befragung ca. 8 Monate) und im Verhältnis zur Gesamtzahl der angesprochenen Haushalte als zufriedenstellend einzuschätzen.³² Seitdem ist die Anzahl der Mitglieder lang-

³² Die 16 Haushalte stellen 5,7 % der 280 Haushalte dar, die von der Verleihbörse angesprochen wurden. Zum Vergleich: In Berlin betrug 1999 der Anteil der Haushalte, die ein Gemüseabonnement nutzen, 0,2 % (van Rühl 2003).

sam, aber kontinuierlich gestiegen (z.B. 18 Haushalte/ 23 Personen im Oktober 2003). Im Mai 2004 fusionierte die Verleihbörse mit der zwischenzeitlich in der „Bremer Höhe“ entstandenen Kompetenzbörse zur Tauschbörse „Bremer Höhe“, in der sowohl Gegenstände als auch Dienstleistungen getauscht werden. Diese hatte im Mai 2004 insgesamt 30 Mitglieder (Personen) (vgl. Kapitel 5.1.3.1).

Die Zuordnung der Verleihbörsenmitglieder deutet darauf hin, dass sich von der Verleihbörse eine spezifische Personengruppe angesprochen fühlt. So handelt es sich durchgängig um jüngere Haushalte. Der Bildungsabschluss wurde in der zweiten MieterInnenbefragung zwar nicht abgefragt, im Rahmen der ersten MieterInnenbefragung wurde allerdings in der „Bremer Höhe“ ein überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau ermittelt (vgl. Kapitel 5.1.1). Von den Paarhaushalten ohne Kinder wird eine partnerschaftliche Haushaltsführung angegeben. Durch die Gegebenheiten in der „Bremer Höhe“ kommt als weiteres Spezifikum hinzu, dass es sich dabei um Haushalte handelt, die zum Teil bewusst in diese Genossenschaft gezogen sind, weil sie sich durch die potenzielle Gemeinschaftsbildung in der Genossenschaft ein Mehr an Lebensqualität und Nachbarschaftlichkeit erhoffen.³³

Vergleicht man die Charakteristika der Verleihbörsenmitglieder mit in anderen Studien ermittelten Typologien zur Ermittlung von Zielgruppen für nachhaltiges Konsumverhalten und neue Nutzungsstrategien, ist festzustellen, dass die Gruppe der Verleihbörsenmitglieder vor allem Parallelen zu denjenigen ermittelten Zielgruppen oder Clustern aufweist, die als aufgeschlossen für nachhaltige Konsumalternativen und neue Nutzungsstrategien beschrieben werden.

So weist das in der Studie „Nachhaltige Produktnutzung“ (Hirschl et al. 2001: 98-99) im Rahmen einer repräsentativen Telefonbefragung ermittelte Cluster³⁴ der „Aufgeschlossenen“ mit 38,8 Jahren einen (im Vergleich zum Altersdurchschnitt der Gesamtstichprobe) niedrigen Altersdurchschnitt sowie einen überdurchschnittlichen Anteil hoher Bildungsabschlüsse auf. Die sozialen Barrieren gegenüber privatem Leihen und Tauschen sind in diesem Cluster gering, was ebenfalls eine Übereinstimmung mit der Nutzergruppe der Verleihbörse darstellt. Der in der Studie festgestellte hohe Anteil von Menschen, die in einem Einfamilienhaus leben, ist in der „Bremer Höhe“ selbstverständlich nicht anzutreffen.

Im Vergleich mit den Ergebnissen der vom Institut für sozial-ökologische Forschung durchgeführten Haushaltsexploration weist der Konsumtyp der Alltagskreativen die größten Gemeinsamkeiten mit den Mitgliedern der Verleihbörse auf. Der Typus der „Alltagskreativen“ wird u.a. als jung bis mittelalt, an Gleichberechtigung in der Familie orientiert, bürgerlichen, alternativen oder subkulturellen Milieus zugehörig beschrieben. In Zusammenhang mit der Orientierung an Kreativität ist der Typus der Alltagskreativen für „Nutzen-statt-Haben“-Ansätze gut ansprechbar (Umweltbundesamt 2002: 104-105).

³³ Dies wurde zwar nicht systematisch erhoben, im Kontakt mit BewohnerInnen und MitarbeiterInnen der „Bremer Höhe“ wurde die bewusste Entscheidung für die Genossenschaft „Bremer Höhe“ jedoch immer wieder hervorgehoben.

³⁴ Gebildet wurden vier Typen anhand einer Clusteranalyse zu einer Befragung, in der Variablengruppen abgefragt wurden, die folgende Faktoren abbilden: Aufgeschlossenheit gegenüber Mietangeboten, soziale Barrieren gegenüber gemeinschaftlicher Nutzung, zeitökonomische Nachteile gemeinschaftlicher Nutzung, Neigung zur Nutzungsdauerverlängerung durch Reparatur, Wunsch nach Aktualität von Produkten, Informiertheit (über Reparaturmöglichkeiten) und Qualitätsorientierung.

Diese Vergleiche deuten darauf hin, dass mit der Verleihbörse vor allem solche Haushalte erreicht wurden, die gegenüber neuen Nutzungsstrategien ohnehin aufgeschlossen sind.

6.1.4 Motive

Die im Rahmen der qualitativen Interviews befragten Mitgliedshaushalte der Verleihbörse können hinsichtlich ihrer Motivation zur Teilnahme an der Verleihbörse in drei Gruppen unterteilt werden. Diese werden im Folgenden kurz charakterisiert.

- Ausleihmöglichkeiten in der Nachbarschaft gewinnen
Bei fünf der befragten Haushalte war die praktische Möglichkeit sich Dinge ausleihen zu können bzw. das Einsparen von Gegenständen durch gemeinschaftliche Nutzung ein wesentlicher Aspekt der Motivation in die Verleihbörse einzutreten. Zum Teil deckt die Verleihbörse dabei einen Bedarf an Ausleihmöglichkeiten in der Nachbarschaft, da die Befragten angeben, keine Bekannten oder Freunde im näheren Wohnumfeld zu haben, bei denen sie etwas ausleihen können. Als ein wesentlicher positiver Aspekt der Leihmöglichkeiten wird gesehen, dass so Platz in der eigenen Wohnung gespart werden kann. Darüber hinaus wird die Verleihbörse auch als willkommene Erweiterung der eigenen (Nutzungs-)Möglichkeiten angesehen, da eine Reihe von Angeboten als nicht unbedingt notwendig, aber interessant eingeschätzt werden. Neben dem praktischen Aspekt des Ausleihens wurde von einigen Befragten aus dieser Gruppe die Möglichkeit mehr Leute in der Nachbarschaft kennen zu lernen als weitere Motivation für eine Teilnahme an der Verleihbörse genannt.
- Erweiterung der gelebten Praxis des Aus- und Verleihens mit Freunden und Bekannten in der Nachbarschaft
Im Unterschied zu den Haushalten der ersten Gruppe verfügen die drei Haushalte dieser Gruppe bereits über vielfältige Kontakte in der Nachbarschaft. Vor diesem Hintergrund praktizieren sie unabhängig von der Verleihbörse das Leihen und Verleihen von Gegenständen mit befreundeten Haushalten innerhalb der Genossenschaft oder des Wohnumfeldes. Die Verleihbörse wird in diesem Zusammenhang als ein sinnvolles Projekt angesehen, an dem diese Haushalte teilnehmen, weil es der ohnehin gelebten Praxis entspricht. Dies ist mit der Einstellung verknüpft, dass es sinnvoll ist, nicht alles selbst besitzen zu müssen.
- Unterstützung der guten Idee der Verleihbörse
Bei drei der befragten Verleihbörsenmitglieder war die Teilnahme an der Verleihbörse hauptsächlich dadurch motiviert, dieses als gute Idee empfundene Projekt zu unterstützen und die eigenen Sachen auch anderen zugänglich zu machen und mit anderen zu teilen. Der eigene Bedarf, sich Dinge von anderen auszuleihen, wurde von diesen Mitgliedern der Verleihbörse als insgesamt gering charakterisiert, wobei darauf verwiesen wurde, dass benötigte Gegenstände im eigenen Haushalt entweder ohnehin vorhanden sind oder bei Bedarf eher angeschafft werden.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Möglichkeit in der Verleihbörse Dinge zu leihen nur eins unter mehreren Motiven für eine Teilnahme an der Verleihbörse darstellt. Ein konkreter Bedarf nach solchen Nutzungsmöglichkeiten wurde kaum geäußert. Die unterschiedliche Motivation zum Beitritt in die Verleihbörse spiegelt sich in einer jeweils unterschied-

lichen Nutzung der Leihmöglichkeiten wider. Dies wird im Abschnitt 6.1.6 näher erläutert.

6.1.5 Einstieg in die Nutzung: Beitritt zur Verleihbörse

Kennzeichnend für die Organisation der Verleihbörse ist, dass ein als vergleichsweise aufwändig einzustufendes Beitrittsverfahren absolviert werden muss, bevor die Verleihangebote genutzt werden können. Bei einem akuten Bedarf könnte dieses Prozedere zu lange dauern. Dies bedeutet, dass der Beitritt zur Verleihbörse zeitlich von einem möglichen Leihvorgang abgekoppelt ist.

Zum Zeitpunkt der Befragung war der überwiegende Teil der Mitglieder der Verleihbörse entweder in Zusammenhang mit dem Beteiligungsverfahren oder kurz danach beigetreten, d.h. in einer Phase, in der alle Haushalte in den zum damaligen Zeitpunkt fertig sanierten Bauabschnitten per Hauswurf Informationen über die Verleihbörse inklusive Beitrittsformular zugestellt bekamen. Im Jahr nach dem Start der Verleihbörse sind vier weitere Haushalte (zum Teil mit zwei Personen) Mitglieder der Verleihbörse geworden, von denen zwei interviewt wurden. Diese konnten zum Anlass ihres Beitritts recht wenig sagen. Beide sind jedoch relativ unmittelbar, nachdem sie von der Existenz der Verleihbörse gehört hatten, dort eingetreten.

Im Hinblick auf die Frage, wie langfristig und kontinuierlich neue Mitglieder für die Verleihbörse (bzw. die neue Tauschbörse) gewonnen werden können, kann aus dem bisherigen Beitrittsverhalten folgendes geschlossen werden: Die Beitritte folgten in der Regel schnell nachdem die (potenziellen) Mitglieder Informationen über die Verleihbörse bekommen haben. Es erscheint daher sinnvoll innerhalb der Genossenschaft Orte (z.B. eine Auslage im Concierge-Café) oder Anlässe (z.B. einen Stand auf dem Sommerfest) zu schaffen, an denen die Verleihbörse den BewohnerInnen begegnet und wo sie schnell und unkompliziert Zugang zum Aufnahmeformular haben.³⁵

Das Ausfüllen des Erfassungsbogens wurde von den befragten Mitgliedern der Verleihbörse ausnahmslos nicht als aufwändig oder belastend empfunden, einige hatten sogar Spaß daran sich zu überlegen, was sie haben und was sie bereit sind, anderen zur Verfügung zu stellen. Zum Teil wurde es allerdings als schwierig empfunden, die Leihgebühr festzulegen.

Die Auswahl der angebotenen Gegenstände erfolgte im Wesentlichen nach zwei Kriterien: Erstens die Überlegung, was andere gebrauchen können, wobei auch darauf geachtet wurde Gegenstände einzubringen, die nicht schon mehrfach auf der Liste vorhanden sind, und zweitens welche Gegenstände entbehrlich erscheinen. Dabei waren neben dem materiellen Wert vor allem ein hoher Gebrauchswert für einen selbst (z.B. häufig benötigte Arbeitsmittel) und die emotionale Bedeutung der Gegenstände Gründe, Dinge nicht anzubieten. Zum Teil wurden auch bewusst originelle oder nicht alltägliche Sachen in die Verleihbörse gegeben (z.B. Polaroidkamera, Digital-Piano). Das Auswahlkriterium der Entbehrlichkeit führt dazu, dass vor allem Dinge, die nur selten benötigt werden, auf der Verleihliste stehen. So finden sich auf der Liste schwerpunktmäßig spezielle Küchen- und Haushaltsgeräte, Transporthilfen, Gegenstände für Feste und Freizeitaktivitäten, Werkzeuge und Gartengeräte sowie PC-Zubehör. Gleichzeitig deutet die Orientierung am potenziellen Bedarf der anderen Mitglieder darauf hin, dass der Charakter der Wechselseitigkeit der Verleihbörse von den Mitgliedern

³⁵ Ein einfacher Zugang besteht seit Sommer 2003 auch dadurch, dass die Unterlagen als pdf-Dateien von der Homepage der „Bremer Höhe“ heruntergeladen werden können.

beim Beitritt mitgetragen wird. Darüber hinaus spielte bei einigen auch eine Rolle, wie sie sich selbst über ihre Angebote in der Verleihbörse darstellen. So berichteten Verleihbörsenmitglieder im Interview von Überlegungen wie „wie positionierst du dich jetzt innerhalb von so einer Börse“ (IBH14/57) oder „ist das jetzt hier, was ich jetzt reinschreib' ist das zu popelig, also denkt jemand ist das Tischtennisschläger, also was, was soll ich mir Tischtennisschläger leihen, so was.“ (IBH1/10) An diesen Äußerungen wird das kommunikative Moment der Verleihliste deutlich: Die Mitglieder zeigen durch ihr Angebot etwas von sich selbst und öffnen sich damit ein Stück weit gegenüber den anderen Verleihbörsenmitgliedern.

Ein Verleihbörsenmitglied hatte hochwertige Gegenstände (Auto, Ferienhaus) in die Verleihbörse eingebracht und damit die Hoffnung verbunden den zeit- und geldaufwändigen Unterhalt für sich rentabler machen zu können. Im Hinblick auf die Nutzung des Ferienhauses war das Angebot auch mit der Hoffnung verbunden gewesen, dass im Rahmen einer gemeinschaftlichen Nutzung auch eine gemeinsame Verantwortung für das Haus entstehen könne, sodass von den anderen Nutzern auch Instandhaltungsarbeiten übernommen werden. Diese Erwartung hatte sich nicht erfüllt, sodass er diese Angebote später wieder aus der Liste entfernte.

6.1.6 Nutzungsmuster

Eine Schwierigkeit bei der Erfassung der Nutzung der Verleihbörse ist, dass die Etablierung der Verleihbörse bzw. ihrer Weiterentwicklung zur Tauschbörse ein dynamischer Prozess ist, der sich kontinuierlich weiter entwickelt. Dies zeichnet sich insofern in den Interviews ab, als Verleihbörsenmitglieder, die zu einem relativ späten Zeitpunkt im Erhebungszeitraum befragt wurden, von Leihkontakten berichteten, die darauf hindeuten, dass Mitglieder, die zu einem früheren Zeitpunkt befragt wurden, seit dem Interview noch weitere Dinge ausgeliehen oder an andere verliehen haben.

Die Ergebnisse der beiden Befragungen lassen darauf schließen, dass zum Zeitpunkt der Erhebung etwa die Hälfte der Verleihbörsenmitglieder die Leihmöglichkeiten im Rahmen der Verleihbörse genutzt hat. Dies sind in erster Linie diejenigen, die auch mit der Motivation neue Ausleihmöglichkeiten in der Nachbarschaft zu gewinnen in die Verleihbörse eingetreten sind. Von den befragten Haushalten mit dieser Motivation hatten alle zum Zeitpunkt des Interviews mindestens einmal etwas von anderen Verleihbörsenmitgliedern geliehen oder versucht Kontakt zu einem anderen Verleihbörsenmitglied Kontakt aufzunehmen, um etwas zu leihen. Diese Verleihbörsenmitglieder haben einen recht guten Überblick über das Angebotsspektrum der Verleihbörse, die Verleihliste ist leicht auffindbar bzw. hat einen festen Platz im Haushalt.

Von denjenigen Verleihbörsenmitgliedern, bei denen die Verleihbörse eine Erweiterung der gelebten Praxis des Aus- und Verleihens darstellt (zweite Gruppe), hatten die meisten die Leihmöglichkeiten der Verleihbörse zum Zeitpunkt des Interviews noch nicht in Anspruch genommen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Bedarf Dinge nutzen zu können, die nicht im eigenen Haushalt vorhanden sind, in der Regel über die privaten Leihmöglichkeiten gedeckt wird. So leihen sich diese Verleihbörsenmitglieder in privatem Rahmen regelmäßig Gegenstände von anderen aus oder praktizieren in anderer Form gemeinschaftliche Nutzungen (z.B. gemeinsame Nutzung eines Fahrradanhängers). Die Nutzung der Verleihbörse kommt für diese Mitglieder erst dann in Betracht, wenn ein Nutzungsbedarf im Rahmen der

persönlichen Kontakte nicht gedeckt werden kann.

Die Verleihbörsenmitglieder der dritten Gruppe, die in erster Linie mit der Motivation beigetreten sind, das Projekt Verleihbörse zu unterstützen, hatten die Leihmöglichkeiten zum Zeitpunkt der Befragung ebenfalls nicht genutzt, zum Teil waren allerdings bereits Dinge an andere Verleihbörsenmitglieder verliehen worden. Entsprechend ihrem geringen Interesse, sich etwas auszuleihen, gab es - anders als bei InterviewpartnerInnen aus den ersten beiden Gruppen - keinen bewusst gewählten festen Platz, an dem die Verleihliste aufbewahrt wird. Vielmehr meinten sie im Interview, dass sie die Liste auch erst suchen müssten, um sich etwas ausleihen zu können.

Wie die Angebotspalette der Verleihbörse ist auch das Spektrum der im Rahmen der Verleihbörse geliehenen Gegenstände sehr breit. In den Befragungen genannt wurden: Diaprojektor, Fahrradtaschen, großer Topf, Ferienhausnutzung, Waffeleisen, Videos, Schleifgerät, Infrarotlampe, Nähmaschine und Leitungsprüfer. Eine Gemeinsamkeit zwischen diesen Gegenständen besteht dahingehend, dass es sich hierbei um Dinge handelt, die in der Regel für sehr seltene oder einmalige Aktivitäten genutzt werden. Einzelne Gegenstände (Waffeleisen, großer Topf) wurden allerdings schon mehrfach von der gleichen Person ausgeliehen und genutzt. Grundsätzlich können folgende Nutzungsmuster in der Verleihbörse unterschieden werden:

- Leihen von Gegenständen, die sonst gekauft würden (z.B. Waffeleisen, Schleifgerät),
- Leihen von Gegenständen, die man ohnehin nicht kaufen möchte (z.B. Diaprojektor für einen einmaligen Diaabend),
- Spontanes und situatives Leihen (z.B. Videos für einen spontanen Videoabend, Infrarotlampe bei einer akuten Erkrankung).

Eine Unterscheidung zwischen den ersten beiden genannten Nutzungen ist allerdings nicht in allen Fällen trennscharf möglich, da sich die Frage, ob ein Gegenstand gekauft worden wäre, wenn er nicht über die Verleihbörse hätte geliehen werden können, oftmals nicht eindeutig beantworten lässt. Hier konnten die Befragten zum Teil über das mögliche eigene Verhalten nur spekulieren.

Von allen Verleihbörsenmitgliedern, die zum Zeitpunkt des Interviews etwas von anderen Verleihbörsenmitgliedern geliehen hatten, wurde der Leihvorgang als eine positive Erfahrung beschrieben. Die Kontaktaufnahme und die Übergabe klappten in der Regel schnell und problemlos, der Leihvorgang wurde meist unbürokratisch und zum Teil auch ohne Leihgebühr abgewickelt. Wenn keine Gebühren erhoben wurden, haben einige NutzerInnen ihren Dank durch eine kleine Aufmerksamkeit wie selbstgekochtes Apfelmus oder einen Kuchen ausgedrückt. Die Tatsache, dass es durch den Leihvorgang zu einer nachbarschaftlichen Begegnung gekommen ist, wurde dabei von den meisten sehr geschätzt.

Konflikte in Zusammenhang mit Schäden an den Geräten wurden nicht berichtet. Eine Interviewpartnerin schilderte, dass die Nähmaschine, die sie an ein anderes Verleihbörsenmitglied verliehen hatte, nicht funktionierte. Die Ursache hierfür wurde jedoch schnell gefunden, und aus Sicht der Besitzerin der Nähmaschine war es keine konflikträchtige Situation gewesen.

Bei der Formulierung der Verfahrensregeln für die Verleihbörse wurde versucht Regelungen

zu schaffen, die den Nutzern der Verleihbörse eine möglichst große Sicherheit geben und die Hemmschwelle, eigene Gegenstände einzubringen möglichst niedrig zu halten. Wesentliche Punkte hierfür sind ein Mustervertrag und die Möglichkeit Gebühren und/oder eine Kautions zu erheben. Von den befragten Verleihbörsenmitgliedern wurde der Mustervertrag jedoch nicht benutzt. Darüber hinaus wurde das Einfordern oder Bezahlen der Gebühren bei den konkreten Leihvorgängen von manchen als unangenehm empfunden. Sowohl in den Interviews als auch in der Fragebogenerhebung wurde von einigen Befragten kritisch angemerkt, dass die Gebühren der Förderung eines nachbarschaftlichen Austauschs entgegen stehen, gleichzeitig wurde jedoch ein Ausgleich für Verschleiß und Abnutzung als sinnvoll erachtet. Dies deutet insgesamt darauf hin, dass die formalen und finanziellen Regelungen in der Verleihbörse von ihren Mitgliedern möglicherweise in der konkreten Nutzungssituation nur begrenzt als hilfreich angesehen werden. Vielmehr werden Verfahrensweisen gewünscht, die den Charakter nachbarschaftlichen Austauschs stärken.

6.1.7 Potenziale und Hemmnisse

Eine wesentliche Intention der Verleihbörse ist die Förderung von eigentumslosen Konsum im Sinne eines Nutzen-statt-Besitzen durch die organisatorische Unterstützung des gegenseitigen Leihens der Mitglieder.

Im Folgenden werden wir untersuchen, welche Potenziale die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ hat, diese eigentumslose Nutzungen zu fördern (6.1.7.1), aber auch welche Hemmnisse sich im Laufe der Untersuchung gezeigt haben, die der Nutzung von Leihmöglichkeiten im Rahmen der Verleihbörse entgegen stehen (6.1.7.2). Da das Leihen im Rahmen der Verleihbörse ihren Mitgliedern vorbehalten ist, ist die Zugänglichkeit der Verleihbörse (6.1.7.3) ein weiterer Einflussfaktor für die Potenziale und Hemmnisse der Verleihbörse in Bezug auf die Förderung von gemeinschaftlichen Nutzungen.

6.1.7.1 Potenziale der Verleihbörse zur Förderung eigentumslosen Konsums im Sinne eines Nutzen-statt-besitzen

Die von den Verleihbörsenmitgliedern beschriebenen Nutzungserfahrungen verweisen darauf, dass die Verleihbörse potenziell eigentumslose Produktnutzungen fördert. Dabei wurden im Rahmen unserer Untersuchung folgende Faktoren deutlich:

- Kurze Wege durch die Verortung der Verleihbörse im Wohnumfeld
Die von den NutzerInnen der Verleihbörse beschriebenen Erfahrungen deuten darauf hin, dass die räumliche Nähe innerhalb der Genossenschaft dazu führt, dass Gegenstände sehr schnell und ohne nennenswerten Wege-Aufwand geliehen werden können. So erfolgte die Nutzung der Leihmöglichkeit über die Verleihbörse zum Teil ganz spontan, wobei in diesen Fällen die schnelle Kontaktaufnahme und Übergabe von den InterviewpartnerInnen positiv hervorgehoben wurde. Die Übergabe erfolgte dabei meist unmittelbar nach dem telefonischen Kontakt, sodass hierfür kein Planungsaufwand anfiel.
- Sicherheitsgewinn beim Verleihen durch die Nähe und Unmittelbarkeit in der Genossenschaft
Das Verleihen an andere ist mit dem Risiko verbunden, dass die verliehenen Gegenstände beschädigt werden können. Durch die Beschränkung des potenziellen TeilnehmerInnenkreises der Verleihbörse auf BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, und damit

die Nachbarschaft, besteht ein Mindestmaß an Kontakt oder auch Zugriffsmöglichkeit auf diejenigen, die sich etwas geliehen haben. Dies ist für die Frage, wie hoch das Risiko empfunden wird, etwas an andere zu verleihen, möglicherweise entscheidender als das Abschließen eines Leihvertrags. Beispielsweise meinte ein Verleihbörsenmitglied zu dieser Problematik im Interview: „Dass man die Leute greifen kann, dass man weiß, wo der wohnt oder so, dass man irgendwie so was hat, das ist, glaube ich, wichtiger als irgendein Schrieb, wo der unterschrieben hat.“ (IBH10/33)

- Anstoß für Auseinandersetzungsprozesse über das eigene Verhältnis zum Eigentum
Die Äußerungen von einigen der befragten Verleihbörsenmitglieder deuten darauf, dass die Erfahrungen mit der Verleihbörse dazu anregen, sich mit dem eigenen Konsumverhalten und dem Verhältnis zum Besitzen von Gegenständen auseinander zu setzen. So war bei einer Teilnehmerin der Verleihbörse die Formulierung ihres Angebotes beim Beitritt von Reflexionen begleitet, in deren Rahmen sie sich überlegte „Was bist du für ein Typ, in Bezug auf das Leihen und Verleihen von Dingen. Und es hat mir Spaß gemacht, weil ich mein eigenes Verhalten dadurch auch reflektiert habe, auch mein eigenes Konsumverhalten.“ (IBH14/59)

Die konkreten Erfahrungen mit dem Leihen von Gegenständen in der Verleihbörse führten bei einem anderen Verleihbörsenmitglied dazu, dass ihm sein eigenes Verhältnis zu Gegenständen bewusster wurde. Er beschrieb das im Interview: „Also, wenn ich mein Waffeisen anbiete in der Verleihbörse, enteigne ich mich selbst in einer gewissen Weise. Es wird entprivatisiert, es wird öffentlich zugänglich, auch wenn's auch nur für einen beschränkten Kreis ist. Da sind plötzlich Gebrauchsspuren, die stehen für einen Geschichte, an der ich nicht teilhatte. Und so ist es auch mit anderen Dingen. Jetzt auch mit Bernd's Gitarre. Also, ich klimpere nun sehr viel darauf rum und so weiter, also wenn die wieder weg geht... Wir haben uns schon gut kennen gelernt so, wir haben schon eine Beziehung aufgebaut. Also gerade bei Instrumenten, das kennst du ja auch. Also, das ist schon irgendwie die Frage, was heißt denn für mich besitzen? Und was bedeutet Eigentum für mich, also wie konstituiert sich dann sozusagen mein Ich, mein Bewusstsein dadurch, durch die Gegenstände, die ich habe? Und wenn ich die so zu sagen verfügbar mache auch für andere oder an Gegenständen partizipiere, die eigentlich nicht in meinem Besitz sind, was bedeutet das eigentlich? Das finde ich eine interessante Geschichte, also, ich hätte nicht gedacht, dass ich da so reagiere. Aber ich reagiere drauf.“ (IBH13/224-230)

Die geschilderten Erfahrungen verweisen darauf, dass die Verleihbörse zu Auseinandersetzungen mit Aspekten des eigenen Konsumverhaltens anregt, über die sonst nicht nachgedacht würde. Das bedeutet zwar nicht zwangsläufig, dass damit im Alltag stärker auf eigentumslose Nutzungsangebote zurückgegriffen wird, durch die angestoßene Reflexion wird jedoch die Möglichkeit eröffnet, Teile des eigenen (Konsum)Verhaltens bewusst zu verändern.

- Leihen in der Nachbarschaft ohne den Rahmen der Verleihbörse
In den Interviews gab es zum Teil Hinweise darauf, dass Kontakte im Kontext der Verleihbörse auch zum gegenseitigen Leihen von Dingen führen, ohne dass dies als Nutzung der Verleihbörse beschrieben wird, aber dennoch als eine Folge der Verleihbörse gesehen werden kann.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Verleihbörse insbesondere durch ihre Verortung im Wohnumfeld Potenziale für die Förderung von eigentumslosem Konsum hat. Darüber hinaus stößt die Verleihbörse einen dynamischen Prozess an, in dessen Verlauf sich neue Verhältnisse zu Eigentum und Nutzung sowie gemeinschaftliche Nutzungen in der Nachbarschaft entwickeln können. Inwieweit dies zu einer Steigerung von gemeinschaftlichen Nutzungen in der Genossenschaft führt, kann erst nach Ablauf eines ausreichenden Zeitraums (z.B. einige Jahre) gesagt werden.

6.1.7.2 Hemmnisse für das Leihen im Rahmen der Verleihbörse

Die Untersuchung der Nutzung der Leihmöglichkeiten der Verleihbörse zeigt, dass die Häufigkeit der Nutzung insgesamt relativ gering ist. Die Leihmöglichkeiten werden nur von einem Teil der Verleihbörsenmitglieder und von diesen eher punktuell genutzt. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Bedingungen die Nutzung der Leihmöglichkeiten hemmen. Da diese Faktoren zum Teil auch bei der Entscheidung gegen einen Beitritt in die Verleihbörse eine Rolle spielen, werden in diesem Abschnitt auch auf den Aspekt des Leihens bezogene Einstellungen von Nicht-Mitgliedern der Verleihbörse berücksichtigt.

In unserer empirischen Untersuchung wurden folgende auf das Leihen bezogene Hemmnisse für die Nutzung der Verleihbörse deutlich:

- Geringer Bedarf

Der Bedarf Gegenstände zu nutzen, die nicht im eigenen Haushalt vorhanden sind, ist insgesamt gering bzw. tritt selten ein. Dinge, die für die Bewältigung des Alltags oder regelmäßig benötigt werden, sind in den Haushalten in der Regel vorhanden. (Eine Ausnahme stellen möglicherweise diejenigen Haushalte dar, die viel bei persönlichen Bekannten in der Nachbarschaft leihen und ihren Bedarf auch darüber abdecken.) Eine Teilnehmerin der Verleihbörse äußerte in diesem Zusammenhang, dass sie auch eher nach Wegen suchen würde, ihre Bedürfnisse mit den vorhandenen Optionen zu befriedigen anstatt auf die Verleihbörse zurückzugreifen (als Beispiel nannte sie Pfannkuchen anstelle von Waffeln zu backen und eben nicht das Waffeleisen in der Verleihbörse auszuleihen).

Ist der Bedarf an Ausleihmöglichkeiten gering, entfällt auch ein wichtiger möglicher Grund für einen Beitritt in die Verleihbörse. In diesem Zusammenhang machten die Interviews mit Nicht-Mitgliedern der Verleihbörse deutlich, dass gerade bei älteren Haushalten, in denen die Ausstattung mit Gebrauchsgegenständen über Jahrzehnte kontinuierlich gewachsen ist, kaum Bedarf besteht, sich Dinge auszuleihen. Im Prinzip ist alles, was benötigt wird, verfügbar. Dies ist eine mögliche Erklärung dafür, warum sich ausschließlich jüngere Haushalte an der Verleihbörse beteiligen.

- Bevorzugung persönlicher Kontakte/ Hemmungen an Fremde heranzutreten

Das Prinzip der Verleihbörse ermöglicht es, sich von Leuten, zu denen zuvor kein persönlicher Kontakt bestand, etwas ausleihen zu können. Das Leihen von Fremden bedeutet jedoch, sich einer unbekannten, zum Teil schwer einschätzbaren Situation auszusetzen und stellt insofern eine Barriere dar. Dies beeinflusst sowohl den Umfang der Nutzung der Leihmöglichkeiten durch die Mitglieder der Verleihbörse als auch die Entscheidung für oder gegen einen Beitritt in die Verleihbörse.

So haben in der zweiten MieterInnenbefragung auf die Frage, was ihre Gründe sind

nicht in die Verleihbörse einzutreten, 27,3 % der Befragten zu der Aussage „Ich möchte mir keine Sachen von Leuten ausleihen, die ich nicht oder kaum kenne.“ eine der zustimmenden Kategorien³⁶ angekreuzt; zu der Aussage „Ich möchte meine Sachen nicht an Leute verleihen, die ich nicht oder kaum kenne.“ kreuzten 36,1 % eine der zustimmenden Kategorien an. Bemerkenswert ist dabei allerdings, dass dieser Grund nur am dritthäufigsten zugestimmt wurde, nach „Ich bin noch nicht dazu gekommen, in die Verleihbörse einzutreten.“ (70 % zustimmende Kategorien) und „Der organisatorische Aufwand ist mir zu hoch.“ (39,9 %). Daraus lässt sich ableiten, dass das Leihen an und von Fremde(n) zum Teil ein Hemmnis für die Beteiligung an der Verleihbörse darstellt. Die Befragungsergebnisse zeigen jedoch gleichzeitig, dass eine große Offenheit für diese Form des nachbarschaftlichen Austausches vorhanden ist, da über 60 % der Befragten angegeben haben, dass diese Gründe auf sie nicht zutreffen.

Für Mitglieder der Verleihbörse wirkt die Kontaktaufnahme zu einem fremden Haushalt teilweise als Barriere, die dazu führt, dass etwas nicht im Rahmen der Verleihbörse ausgeliehen wird. Ein befragtes Mitglied der Verleihbörse gab an, dass sie trotz eines vorhandenen Bedarfes nicht geprüft habe, ob es den Gegenstand in der Verleihbörse gibt, da sie am Sonntag niemanden stören wollte. Eine andere Teilnehmerin der Verleihbörse meinte, dass halbanonyme Situationen - wozu sie auch das Leihen im Rahmen der Verleihbörse zählt - den Umgang mit möglichen Konflikten erschweren, weshalb sie sich solchen Situationen ungern aussetze. Darüber hinaus sei es für sie im Vorfeld schwer einzuschätzen, wie aufwändig der Kontakt und die Abwicklung des Leihvorgangs mit den nicht persönlich bekannten Verleihbörsenmitgliedern ist. Die meisten Verleihbörsenmitglieder und insbesondere diejenigen, die ohnehin über vorhandene private Kontakte in der Nachbarschaft regelmäßig Gegenstände von anderen leihen, gaben an, dass das Leihen und entsprechende Anfragen bei Freunden, Bekannten und unmittelbaren Nachbarn für sie wesentlich naheliegender sei als der Weg über die Verleihbörse. Der Bedarf, sich Dinge von anderen auszuleihen, wird über diese Kontakte oftmals gedeckt. Auf die Verleihbörse würde erst dann zurückgegriffen werden, wenn die benötigten Gegenstände im privaten Umfeld nicht verfügbar wären.

- Nicht-Kalkulierbarkeit der Erreichbarkeit der Anbieter

Einige Verleihbörsenmitglieder, die zum Zeitpunkt des Interviews bereits die Leihmöglichkeiten genutzt hatten, hoben positiv hervor, dass sie die Dinge kurzfristig und spontan leihen konnten. Andere InterviewpartnerInnen berichteten von der Erfahrung, dass sie etwas im Rahmen der Verleihbörse ausleihen wollten, den/die AnbieterIn jedoch nicht erreichen konnten.³⁷ Eine spontane Nutzung der innerhalb der Verleihbörse angebotenen Gegenstände ist somit möglich, aber nicht verlässlich. Die Nutzung der Leihmöglichkeiten innerhalb der Verleihbörse ist - im Unterschied zu kommerziellen Mietangeboten - mit einer erheblichen Planungsunsicherheit verbunden, da die Verleihbörsenmitglieder sich im Bedarfsfall nicht darauf verlassen können, dass ein angebotener Gegenstand auch für sie zugänglich ist.

³⁶ Als zustimmende Antwortkategorien standen zur Verfügung „trifft voll zu“ und „trifft teilweise zu“, als ablehnende Kategorien „trifft eher nicht zu“ und „trifft gar nicht zu“. Eine mittlere Antwortkategorie gab es nicht.

³⁷ Dies wurde von den Befragten jedoch ausdrücklich nicht als Kritikpunkt an der Verleihbörse, sondern mehr als hinzunehmende Begleiterscheinung gesehen.

- Aufwand/ Transaktionskosten

In den Interviews wurden verschiedene Formen von Zusatzaufwand oder Transaktionskosten deutlich, die mit der Nutzung von Leihmöglichkeiten innerhalb der Verleihbörse verbunden sind bzw. dazu führen, dass es gar nicht erst zu einer Nutzung kommt:

→ *Erhöhung der Entscheidungskomplexität*

Verschiedene Mitglieder der Verleihbörse berichteten, dass ihnen zum Teil erst nach einem Kauf eingefallen ist, dass sie stattdessen auch die Verleihbörse hätten nutzen können. Dies deutet darauf hin, dass es schwierig ist, die Nutzungsoption der Verleihbörse in vorhandene Entscheidungs- und Handlungsabläufe einzubinden. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass die Verleihbörse einer ohnehin komplexen Entscheidungssituation eine weitere Option hinzufügt. Eine Interviewpartnerin erklärte in diesem Zusammenhang, dass die große Bandbreite des Angebotes in der Verleihbörse es schwer mache, sie in vorhandene Handlungsabläufe oder Entscheidungsprozesse einzubinden. Sie beschrieb das im Interview folgendermaßen: „Dadurch dass diese Tauschbörse von ihrer Kommunikation und auch von ihrem Produktsortiment her so unspezifisch ist, ist sie kein automatischer Schritt. Also das heißt, wenn ich jetzt zum Beispiel wüsste, diese Tauschbörse hat eine Hochfrequenz im Bereich, na was könnte es geben, also im Bereich Unterhaltungsmedien zum Beispiel. (...) Ja, würde ich sagen, dann speichere ich mir den Link und jedes Mal, wenn ich mir eine Platte kaufen will oder sonst irgendwas, ach da ist der Link und jetzt klicke ich mal bei Amazon, dann klicke ich mal da, und dann ist das sozusagen mit eingebettet, ne. Aber dadurch, dass es da von der Gartenschere bis zum Auto alles gibt, ist es halt so unspezifisch.“ (IBH14/87-91) Hier wird deutlich, dass die (eigentlich ja sehr positive) Vielfalt des Verleihangebots die Integration der Handlungsoption Verleihbörse in alltägliche Entscheidungsabläufe zum Teil erschwert.

→ *Rechercheaufwand/ Preisvergleich*

Die Nutzung der Leihmöglichkeiten der Verleihbörse beinhaltet, dass zunächst anhand der Verleihliste überprüft werden muss, ob der benötigte Gegenstand angeboten wird. Liegen verschiedene Angebote für den gleichen Gegenstand vor, muss auch zwischen diesen gewählt werden. An dieser Stelle sind die Leihgebühren von Bedeutung. Sie bringen eine wirtschaftliche Komponente in die Verleihbörse, die wiederum die Frage nahe legt, ob es nicht auch günstigere Beschaffungsmöglichkeiten als die Verleihbörse gibt. Dazu sagte ein Teilnehmer im Interview: „Wenn ich ökonomisch denke, denke ich, was will der haben, für die Akkubohrmaschine, dann guck ich beim Werkzeugfritzen, was will der haben. Dann fange ich an geschäftlich zu denken.“ (IBH3/72) Die Gebühren, die auf der AnbieterInnenseite die Schwellen für eine Teilnahme an der Verleihbörse senken sollen, können somit auf der NutzerInnenseite als Nutzungshemmnis wirken.

→ *Anschluss geliehener Geräte an die eigene Ausstattung*

Einige Geräte, wie Scanner oder Drucker, müssen vor der Nutzung erst am eigenen Computer angeschlossen und installiert werden. Dies ist ein Aufwand, der sich für die Deckung eines punktuellen Bedarfs möglicherweise nicht lohnt. So berichtete eine Interviewpartnerin, dass ein anderes Verleihbörsenmitglied von ihr einen Drucker leihen wollte, davon aber Abstand nahm, als ihm klar wurde, dass er ihn erst an seinen

eigenen PC anschließen, einen Treiber installieren und selbst eine Druckerpatrone besorgen müsste. Dieser zeitliche und finanzielle Aufwand stand in dieser konkreten Situation in keinem Verhältnis zum Bedarf einige Seiten auszudrucken.

- Ungesicherte Risiken:

Ein weiteres Hemmnis für die Nutzung der Verleihbörse ist das Risiko von Schäden an geliehenen Gegenständen. Da Schäden an geliehenen Gegenständen prinzipiell aus der Haftpflichtversicherung ausgenommen sind, gibt es auch kaum Möglichkeiten sich entsprechend abzusichern. Risiken bestehen dabei sowohl für die AnbieterInnen als auch für die NutzerInnen der Leihmöglichkeit.

So ist aus der Nutzerperspektive das Leihen von hochwertigen Dingen mit einem hohen finanziellen Risiko verbunden. Dies hat auch schon ein Verleihbörsenmitglied davor zurückschrecken lassen, sich das (damals noch) angebotene Auto zu leihen, da er im Fall eines selbst verschuldeten Unfalls persönlich für den Schaden hätte aufkommen müssen. Aber auch bei kleineren Geräten kann die Gefahr, es ersetzen zu müssen, unangenehm sein. So wurde die Möglichkeit eines ersatzpflichtigen Schadens beim Leihen eines Bandschleifers vom betreffenden Verleihbörsenmitglied als belastend empfunden, da er das Gerät für einen intensiven Arbeitseinsatz geliehen hatte und befürchtete, bei einem etwaigen Schadensfall die Kosten für ein Neugerät aufbringen zu müssen, ohne es selbst besitzen zu können.

Für diejenigen, die einen Gegenstand an ein anderes Verleihbörsenmitglied verliehen haben, besteht das Risiko es nicht oder beschädigt zurück zu bekommen.

Die Möglichkeit, einen Leihvertrag mit Vereinbarung über das Verfahren im Schadensfall abzuschließen, wurde von den Verleihbörsenmitgliedern unseres Wissens nicht genutzt. Zum Teil besteht auch Skepsis, ob ein solcher Vertrag wirklich eine Absicherung gegenüber Verlusten oder Beschädigungen darstellt. So meinte ein Verleihbörsenmitglied, dass die Frage, ob man jemanden vertrauen könne oder nicht, viel entscheidender sei als eine vertragliche Absicherung: „Na, ich will das nicht so, dass ich jetzt jedem, der kommt, das auch unbedingt leihen muss. Wenn der irgendwie den Eindruck macht, als schmeißt er's gegen die Wand, dann ... nee! Das läuft nicht so auf einer Vertragsebene, sondern ich denke eher so, dass man die Leute sieht und denen dann halt eben das anvertraut oder auch nicht. Also, ob das nun mit Vertrag wasserdicht ist oder nicht, den Rechtsanwalt, der das einklagt, würde ich mir eh nie leisten. Das steht irgendwie auf einem anderen Papier. (...) Ich meine, letztendlich, wenn jemand was kaputtmacht und es nicht zahlen kann, hilft dir das auch nichts, wenn du das schriftlich hast, dass er das müsste. Und wenn er ein Arschloch ist, dann hättest du es ihm besser gar nicht geliehen, aber so weit, weiß ich nicht irgendwie, so weit denke ich zumindest da auch erst mal nicht.“ (IBH10/23-35)

Die Zusammenstellung zeigt, dass die Komplexität der Nutzungsbedingungen der Verleihbörse nicht zu unterschätzen ist. So wird die Nutzung der Verleihbörse und ihre Integration in alltägliche Entscheidungs- und Handlungsabläufe, trotz der Nähe und Unmittelbarkeit durch ihre Verortung im Wohnumfeld, durch verschiedene Formen von Zusatzaufwand und Transaktionskosten teilweise gehemmt.

6.1.7.3 Potenziale und Hemmnisse für die Teilnahme an der Verleihbörse

Um an gemeinschaftlichen Nutzungsmöglichkeiten innerhalb der Verleihbörse teilhaben zu können, müssen ihr BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ beitreten. Zu den Potenzialen und Hemmnissen der Verleihbörse gehört daher auch die Frage, wie zugänglich die Beitrittsmöglichkeit zur Verleihbörse ist und welche Faktoren BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ von einem Beitritt abhalten.

- Aufgeschlossenheit der BewohnerInnen für die Verleihbörse

Die Ergebnisse der zweiten MieterInnenbefragung zeigten, dass ein großer Teil der BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ der Verleihbörse sehr aufgeschlossen gegenüber steht. So ist der mit Abstand am häufigsten als zutreffend angegebene Grund für eine Nicht-Teilnahme an der Verleihbörse, noch nicht zu einem Eintritt in die Verleihbörse gekommen zu sein. 70,1 % der Befragten, die auf diese Frage geantwortet haben, kreuzten eine der beiden zutreffenden Kategorien an (35,8 % trifft voll zu, 34,3 % trifft eher zu).³⁸ Auch wenn solche Aussagen wenig über das tatsächliche Verhalten aussagen, zeigt dieses Ergebnis, dass ein Beitritt in die Verleihbörse von den mit der zweiten Befragung erreichten jüngeren BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, zumindest gedanklich als eine mögliche Handlungsoption für die eigene Person angesehen wird.

- Information

Die Verfügbarkeit von Informationen über die Verleihbörse hat einen wesentlichen Einfluss auf die Zugänglichkeit der Verleihbörse für die BewohnerInnen der „Bremer Höhe“. Die Ergebnisse der zweiten MieterInnenbefragung deuten darauf hin, dass die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ gut bekannt ist: 87,8 % der Befragten gaben an, die Verleihbörse zu kennen. Als Informationsquelle wurde mit 75,0 % am häufigsten das Infoblatt der „Bremer Höhe“ angegeben, was darauf hin deutet, dass dieses ein gutes Medium darstellt um Projekte wie die Verleihbörse innerhalb der Genossenschaft bekannt zu machen.

Gleichzeitig wurde in der gleichen Befragung auf die offene Frage, was sie an der Verleihbörse nicht so gut finden, von zehn Befragten³⁹ Kritik geäußert, die sich auf Informationsdefizite, einen zu geringen Bekanntheitsgrad oder fehlende Präsenz im Internet beziehen. Insbesondere wird in einigen der Antworten kritisiert, dass die jeweiligen Befragten keine Informationen darüber haben, welche Gegenstände in der Verleihbörse angeboten werden.

Die zweite MieterInnenbefragung hat damit sowohl einen hohen Bekanntheitsgrad der Verleihbörse als auch Kritik an der mangelnden Verfügbarkeit von Informationen aufgezeigt. Dies lässt sich möglicherweise erklären, indem man zwischen der Bekanntheit der Existenz der Verleihbörse und detaillierten Informationen über die Nutzungsbedingungen und das Angebotsspektrum der Verleihbörse unterscheidet: Die Existenz der Verleihbörse ist gut bekannt, zum Teil fehlen den BewohnerInnen allerdings ausführlichere Informationen über das Angebotsspektrum und die Nutzungsbedingungen.

³⁸ Die Befragten wurden gebeten sich zu verschiedenen Aussagen in einer vierstufigen Skala zu positionieren. Die zustimmenden Kategorien waren „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“, die ablehnenden Kategorien waren „trifft eher nicht zu“ und „trifft gar nicht zu“, eine mittlere Kategorie gab es nicht.

³⁹ Die zehn Befragten, die solche Kritikpunkte äußerten, stellen 14 % der Befragten dar, denen die Verleihbörse prinzipiell bekannt ist. Für eine offene Frage ist dies ein vergleichsweise hoher Anteil.

Diese Tendenz zeigte sich auch in den Interviews mit den Nicht-Mitgliedern der Verleihbörse. Hier wurde deutlich, dass das Wissen über die Verleihbörse und ihre Funktionsweise sehr unterschiedlich ist. So war beispielsweise eine allein lebende junge Frau, die in ihrem Aufgang sehr stark in die Nachbarschaft eingebunden ist und großes Interesse an den Projekten in der „Bremer Höhe“ hat, detailliert über die Verfahrensregeln und das Angebot informiert und konnte sogar benennen, was sie sich gerne ausleihen würde (Digitalkamera). Andere InterviewpartnerInnen wussten hingegen lediglich, dass ein derartiges Projekt in der „Bremer Höhe“ existiert, kannten aber weder die Funktionsweise noch das Angebot. Nicht überraschend zeichnet sich dabei ab, dass vor allem diejenigen gut über die Verleihbörse informiert sind, die eine Einbindung in die Netze und Kommunikationsstrukturen über Nachbarschaftsprojekte in der „Bremer Höhe“ haben und/oder sehr aufmerksam das Mitteilungsblatt lesen.

Detaillierte Informationen über die Verleihbörse (Nutzungsbedingungen, Einsichtsmöglichkeiten in die Verleihliste) waren zum Zeitpunkt der Befragung in der „Bremer Höhe“ verfügbar (Infowand in der Verwaltung mit Nutzungsbedingungen und Einsichtsmöglichkeiten in die Verleihliste, Veröffentlichung der Nutzungsregeln auf der Homepage der „Bremer Höhe“, Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit AnsprechpartnerInnen), sie mussten jedoch aktiv eingeholt werden. Ein Mangel an Informationsmöglichkeiten kann daher kaum als Hemmnis für die Nutzung der Verleihbörse angesehen werden, möglicherweise aber der notwendige Informationsaufwand.

- Aufwand für den Beitritt

Der mit dem Beitritt zur Verleihbörse verbundene Aufwand kann als ein weiteres Hemmnis für eine Teilnahme an der Verleihbörse angesehen werden. Die interviewten Mitglieder der Verleihbörse haben zwar übereinstimmend erklärt, dass sie das Beitrittsprozedere und die Formulierung eines eigenen Angebots nicht als zu aufwändig empfunden haben. In der zweiten MieterInnenbefragung haben allerdings 39,4 % der Nicht-Mitglieder der Verleihbörse unter den Befragten auf die Frage nach den Gründen, nicht in die Verleihbörse einzutreten zu der Aussage „Der organisatorische Aufwand ist mir zu hoch.“ eine der zustimmenden Kategorien angekreuzt (14,8 % trifft voll zu, 24,6 % trifft teilweise zu). Dies ist nach „Ich bin noch nicht dazu gekommen in die Verleihbörse einzutreten“ der am zweithäufigsten genannte Grund für eine Nicht-Teilnahme an der Verleihbörse.

- Eigene Ressourcen als Voraussetzung - Anbieten-Müssen als Hemmnis

Da die Nutzung der Verleihbörse an das Einbringen mindestens eines eigenen Angebotes gekoppelt ist, ist der Beitritt damit verbunden, etwas von sich zu zeigen und damit auch ein Stück weit zu offenbaren, was man hat oder auch nicht hat. Die im Abschnitt über den Beitritt zur Verleihbörse angeführten Überlegungen bei der Auswahl des eigenen Angebots zeigen, dass dies den Mitgliedern der Verleihbörse auch bewusst ist. Ein Verleihbörsenmitglied fasste die diesbezügliche Bedeutung der Verleihliste folgendermaßen zusammen: „Jeder zeigt was von sich. Also die Dinge stehen natürlich auch für die Leute. (...) Also, wer bietet was an und so weiter. Und man sieht natürlich auch, wer so zu sagen „vermögend“ ist, und wer ist eben mehr so eine arme Maus. Da werden natürlich auch soziale Unterschiede deutlich, also wenn man das so liest.“ (IBH13/174-175) Das Gefühl sich zu offenbaren oder etwas attraktives anbieten zu müssen, kann in

diesem Zusammenhang als Barriere für einen Beitritt zur Verleihbörse wirken. So äußerte ein Nicht-Mitglied der Verleihbörse im Interview die Einschätzung, dass er nichts interessantes in die Verleihbörse einbringen könne, da er nicht viel und vor allem keine teuren Gegenstände besitze. Dass er dabei den vorhandenen Videorekorder als Beispiel für ein nicht ausreichendes Angebot für die Verleihbörse einstufte („...aber den hat ja nun mittlerweile auch schon fast jeder.“ (IBH6/18)), deutet darauf hin, dass die Wahrnehmung und Bewertung der eigenen Ressourcen dabei einen erheblichen Einfluss darauf hat, ob die eigenen Ressourcen als anbotstauglich angesehen werden oder nicht. Es ist anzunehmen, dass sich diese Problematik nicht auf Fragen des materiellen Besitzes beschränkt, sondern auch beim Einbringen bzw. Nicht-Einbringen von Kompetenzen im Rahmen der Tauschbörse wirksam werden kann. So kann das eigene „Vermögen“ als nicht ausreichend empfunden werden, obwohl mit den vorhandenen Ressourcen durchaus interessante Angebote eingebracht werden könnten.

- Barrieren zwischen Alt- und NeumieterInnen

Darüber hinaus wurde in den Interviews mit älteren Nicht-Mitgliedern der Verleihbörse deutlich, dass zwischen den Altmietern⁴⁰ in der „Bremer Höhe“ teilweise sehr lebendige nachbarschaftliche Netze bestehen, in deren Rahmen auch untereinander Sachen verliehen werden. Gleichzeitig zeigte sich, dass in Bezug auf Kontakte zu NeumieterInnen, aus denen sich die Verleihbörsenmitglieder im Wesentlichen rekrutieren, Vorbehalte bestehen. Eine Altmieterin beschrieb dieses Verhältnis so: „Na ja weil Altmietern, die kennen sich untereinander im Grunde genommen, und die neuen Mieter, da ist so, weiß ich nicht, so irgendwie noch 'ne Differenz vorhanden.“ (IBH18/41) Ein Beitritt zur Verleihbörse ist für die älteren BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ vor diesem Hintergrund nicht attraktiv.

Die Zugänglichkeit der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ ist vor dem Hintergrund der Befragungsergebnisse als gut einzuschätzen, eine „Hürde“ besteht allerdings dahingehend, dass das Einholen von Informationen über die konkreten Nutzungsbedingungen und der Beitritt ein gewisses Maß an Eigeninitiative und Aufwand bedarf. Darüber hinaus tragen soziale Konstellationen dazu bei, dass sich einige BewohnerInnengruppen nicht von der Verleihbörse angesprochen fühlen.

6.1.8 Anbieterperspektive

Ein Charakteristikum der Verleihbörse ist, dass ihre Mitglieder sowohl AnbieterInnen als auch NutzerInnen der Leihmöglichkeiten sind. Ihre Perspektiven in Zusammenhang mit der AnbieterInnen-Rolle wurden in den vergangenen Abschnitten mit behandelt. Einen zentralen Dienstleistungsanbieter mit einem maßgeblichen Einfluss auf die Nutzungsbedingungen, wie z.B. den Anbieterbetrieb von Gemüseabonnements, gibt es in dieser Konstellation nicht.

Eine Anbieterfunktion seitens der „Bremer Höhe“ besteht dahingehend, dass sie dafür Sorge trägt, dass es eine Person gibt, die das Projekt Verleihbörse (bzw. Tauschbörse) koordiniert und die Verantwortung für die regelmäßige Aktualisierung und Verteilung der Angebotsliste trägt. Damit übernimmt die „Bremer Höhe“ eine wichtige Funktion für die Rahmenbedingun-

⁴⁰ Als Altmietern werden MieterInnen bezeichnet, die bereits vor der Gründung der Genossenschaft in der „Bremer Höhe“ gewohnt haben und zum Teil seit Jahrzehnten in dieser Nachbarschaft leben.

gen, die konkreten Angebote und Bedingungen für gemeinschaftliche Nutzungen im Rahmen der Verleihbörse werden von ihr damit jedoch nicht beeinflusst.

Diese Rolle entspricht dem Selbstverständnis der „Bremer Höhe“, für die BewohnerInnen und Mitglieder der Genossenschaft Bedingungen und Möglichkeiten zu schaffen, in deren Rahmen interessierte BewohnerInnen Projekte umsetzen können (vgl. 5.1.3). Dafür stellt die „Bremer Höhe“ auch Ressourcen zur Verfügung, im Falle der Verleihbörse (später Tauschbörse) personelle Kapazitäten für die Organisation. Voraussetzung für eine entsprechende Unterstützung durch die „Bremer Höhe“ ist, dass seitens der BewohnerInnen entsprechende Bedarfe oder Interessen geäußert werden. Der Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ beschreibt die Position der „Bremer Höhe“ dazu folgendermaßen: „Also es ist klar, dass wir jeder Anregung, die irgendwo auch nur informell oder in irgendwelchen Gesprächen geäußert wird, nachgehen, das ins Infoblatt stellen - „wie sieht es aus?“ - Bedarfe abfragen. Das Infoblatt wird gut gelesen. (...) Aber es ist jetzt nicht so, dass wir uns hier sozusagen die Gedanken der Leute machen.“ (IGeBH/149)

Die Bereitstellung von Ressourcen für die Organisation der Verleihbörse (bzw. Tauschbörse) ist eine wichtige Rahmenbedingung für die Existenz und Weiterentwicklung der Börse. Die Existenz von solchen Projekten liegt im Interesse der „Bremer Höhe“. So ist die Bedeutung von Projekten wie die Verleihbörse, nach Einschätzung des Geschäftsführers, nicht zu unterschätzen. Die Verleihbörse wirke nach innen, sie „trägt zur Atmosphäre in der „Bremer Höhe“ als offene Gesellschaft (...) bei.“ (IGeBH/67) Darüber hinaus habe die Verleihbörse (und andere Projekte) eine wichtige Funktion für die Außenwirkung der „Bremer Höhe“, was der Geschäftsführer im Expertengespräch folgendermaßen beschrieb: „Das Image der Genossenschaft hat sich, denke ich, durch diese ganzen Projekte in der Öffentlichkeit unheimlich verbessert, und das ist dann natürlich auch wieder eine Rückkopplung, die von wirtschaftlichem Interesse ist. Wir haben natürlich auch wiederum dadurch eine große Nachfrage für Wohnraum: Leute die hierher ziehen wollen, weil hier eben Sachen passieren, die woanders nicht passieren.“ (IGeBH/15)

6.1.9 Zwischenfazit

Die Verleihbörse ist ein durch die „Bremer Höhe“ aktiv unterstütztes Nachbarschaftsprojekt, in dessen Rahmen BewohnerInnen der Genossenschaft, sofern sie dem Projekt beitreten, auf der Basis von Wechselseitigkeit untereinander Gebrauchsgegenstände verleihen (können). Die Verleihbörse knüpft an Voraussetzungen in der BewohnerInnenschaft an, wie Aufgeschlossenheit für gemeinschaftliche Nutzungen, Vertrauen und die Bereitschaft, sich in ein Projekt einzubringen und selbst etwas anzubieten. Potenzielle NutzerInnen der Verleihbörse sind vor allem junge Haushalte mit einem eher hohen Bildungsstand, die gegenüber neuen Nutzungsstrategien grundsätzlich aufgeschlossen sind.

Die Organisation und die Nutzungsbedingungen der Verleihbörse sind erheblich dadurch geprägt, dass es sich bei ihr um ein durch die Wohnungsbaugenossenschaft unterstütztes Nachbarschaftsprojekt handelt. Dies bedingt eine im Vergleich zu ökologischen Dienstleistungen (z.B. Gemüseabonnement) stärkere Entkopplung von Teilnahme und Nutzung bzw. konkretem Nutzungsinteresse. Der soziale (Zusatz)Nutzen für die Atmosphäre und Lebensqualität in der „Bremer Höhe“ hat jedoch wesentlichen Anteil an der Motivation für die Beteiligung an diesem Projekt.

Für ihre Mitglieder stellt die Verleihbörse eine Erweiterung der Möglichkeiten für die eigentumslose Nutzung von Gebrauchsgütern dar: Auf der Verleihliste werden zum Teil Dinge angeboten, die nicht kommerziell gemietet werden können. Es ist möglich auch dann in einem quasi privaten Rahmen Dinge zu leihen, wenn im persönlichen Umfeld niemand den benötigten Gegenstand besitzt. Sie erleichtert das Leihen durch die Veröffentlichung der Verleihliste und die räumliche Nähe der Mitglieder.

Gleichzeitig macht die detaillierte Untersuchung der Nutzung deutlich, dass die Integration der Verleihbörse in Handlungs- und Entscheidungssituationen im Alltag teilweise mit Hemmnissen verbunden ist. Die Inanspruchnahme der Leihmöglichkeiten erfordert in der Regel einen Zusatzaufwand, der im Vorfeld nicht vollständig einschätzbar ist. Darüber hinaus ist das Leihen zwischen Privatpersonen mit Risiken verbunden, die nur bedingt durch Verträge und formale Regelungen abgesichert werden können.

Der Aufwand für den Beitritt kann als eine „Hürde“ interpretiert werden, die für die BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ in einem Bedarfsfall den Zugriff auf die Leihangebote der Verleihbörse erschwert. Das Beitrittsprozedere ist ein Hemmnis für potenzielle NutzerInnen, die sich in einem Bedarfsfall nur mal eben schnell was leihen wollen, ohne sich vorher ausführlicher mit der Börse auseinander zu setzen. Diese „Hürde“ führt jedoch dazu, dass sich in der Verleihbörse (bzw. Tauschbörse) Mitglieder zusammenfinden, die sich bewusst für die Beteiligung an einem Nachbarschaftsprojekt entschieden haben. Aufgrund der hohen Bedeutung, die das wechselseitige Vertrauen für die (empfundene) Sicherheit beim gegenseitigen Leihen hat, ist das Beitrittsverfahren mit dem Einbringen eines eigenen Angebots als ein fördernder Faktor für das Funktionieren der Verleihbörse anzusehen, da damit die Gegenseitigkeit ein Kernelement des Wesens der Börse darstellt. Dies gilt unseres Erachtens nicht nur für die Frage des Umgangs mit materiellen Dingen, sondern schließt Dienstleistungen bzw. Nachbarschaftshilfe im Rahmen der erweiterten Tauschbörse mit ein.

Das Konzept einer Verleihbörse ist vor diesem Hintergrund zwar nicht als eine Strategie anzusehen, mit der breite, bislang desinteressierte Bevölkerungskreise für neue Nutzungsstrategien gewonnen werden können. Es stellt jedoch eine gute Organisationsform dar, um Gemeinschaftsnutzungen und die Förderung des nachbarschaftlichen Lebens miteinander zu verbinden. Dieser soziale Zusatznutzen macht die Nutzung der Verleihbörse attraktiv, auch wenn die grundsätzlich mit eigentumslosen Konsum verbundenen Einschränkungen und Zusatzbelastungen in der Verleihbörse ebenfalls zum Tragen kommen und nur bedingt durch organisatorische Maßnahmen ausgeglichen werden können.

6.2 Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nichtnutzung des Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“

6.2.1 Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung

Seit Juni 2003 besteht in der „Bremer Höhe“ das Angebot Gemüseabonnements bei einer Anbieterin zu beziehen, die auf Liefergebühren verzichtet, wenn sich mindestens fünf Haushalte in der Genossenschaft zu einer Bestellung entschließen (vgl. Kapitel 5.1.3.2). Die konkrete Angebotsgestaltung zeichnet sich durch eine hohe Flexibilität und eine große Produktpalette aus. Neben Obst und Gemüse kann auch ein breites Angebot anderer ökologisch

erzeugter Lebensmittel bestellt werden. Bei diesem Betrieb besteht die Möglichkeit, ein Abonnement zu einem vorher festgelegten Preis zu beziehen, die Anbieterin stellt dann eine Produktauswahl nach den Angaben zu Anzahl der Personen und individuellen Vorlieben und Abneigungen zusammen. Es ist aber auch möglich nach einer wöchentlich ins Internet gestellten Angebotsliste die Lieferungen selbst zusammen zu stellen. Die Anbieterin ist in einem hohen Maße bereit, auf individuelle Bedürfnisse zugeschnittene Vereinbarungen zu treffen. Das Angebot wurde im Mitteilungsblatt der „Bremer Höhe“ vorgestellt und die Haushalte mit einem Infozettel zu einer Veranstaltung eingeladen, bei der sich die Anbieterin persönlich vorstellte und Fragen beantwortete.

Bei der Untersuchung der Nutzung des Gemüseabonnements werden folgende Aspekte besonders untersucht:

- Welche Haushalte bestellen Gemüseabonnements bei der Anbieterin? (6.2.3)
- Welche Motive haben die Haushalte für die Nutzung? Welche Anlässe waren entscheidend mit der Nutzung zu beginnen? (6.2.4)
- Welche Nutzungsmuster sind bei den NutzerInnen der Gemüseabonnements zu erkennen, in welchem Umfang wird das Gemüseabonnement genutzt (Umfang und Art der Bestellungen)? Wie lassen sie sich in die Ernährungsorganisation integrieren und welche Veränderungen sind mit dem Bezug eines Gemüseabonnements für die Alltagsorganisation verbunden? (6.2.5)
- Welche Potenziale und Hemmnisse bestehen für die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“? (6.2.6)
- Wie beurteilt die Anbieterin die Erfahrungen mit dem Angebot? (6.2.7)

6.2.2 Charakterisierung des Samples

Das wichtigste Erhebungsinstrument zur Untersuchung der Nutzung und Nicht-Nutzung waren die qualitativen Interviews, die zwischen September 2003 und April 2004 mit NutzerInnen des Gemüseabonnements sowie mit BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, die dieses Angebot nicht in Anspruch nehmen, geführt wurden. Auf Ergebnisse der zweiten MieterInnenbefragung kann kaum Bezug genommen werden, da die Befragung zu einem Zeitpunkt durchgeführt wurde, als das Angebot erst seit kurzer Zeit bestand.

Insgesamt wurden in der „Bremer Höhe“ 16 Haushalte befragt. Mit sechs zufällig ausgewählten Haushalten von zwölf regelmäßigen KundInnen wurde die Hälfte der GemüseabonnentInnen in der „Bremer Höhe“ befragt. Darüber hinaus wurden zehn Interviews mit Nicht-NutzerInnen des Gemüseabonnements geführt, um Gründe und Schwierigkeiten zu erfassen, die aus ihrer Sicht gegen das Angebot sprechen. Die Haushalte, mit denen zu diesen Fragen Interviews geführt wurden, sollten nach Möglichkeit das Spektrum der Haushaltstypen abdecken, die anhand der ersten Befragungen in allen vier Wohnanlagen entwickelt worden sind (vgl. Kapitel 3). Damit sollte erhoben werden, ob bestimmte Gruppen besonders von dem Angebot angesprochen werden, beziehungsweise für welche Lebenslagen es nicht attraktiv ist. Bei der Gewinnung dieser InterviewpartnerInnen ist es nicht gelungen, aus allen neun Haushaltstypen mindestens ein(e) GesprächspartnerIn zu finden. Ein Grund hierfür ist, dass in der „Bremer Höhe“ einige der für das Gesamtvorhaben entwickelten Haushaltstypen

nur in geringer Zahl vertreten sind (vgl. Kapitel 5.1.2). Befragt wurden je ein Mann und eine Frau aus Haushaltstyp I (WG und junge Paare), zwei Frauen, ein Mann und ein Paar aus Haushaltstyp III (Allein erziehende Frauen und junge Familien), eine Frau aus Haushaltstyp IV (Ältere Paare), ein Mann aus Haushaltstyp V (Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern) und je ein Mann und eine Frau aus Haushaltstyp VI (Mittelalte und junge allein Lebende). Aus den Haushaltstypen II, XIII und IX wurden keine GesprächspartnerInnen gefunden.

6.2.3 Charakterisierung der Nutzergruppe

Anhand der Ergebnisse der Befragung wird deutlich, dass die NutzerInnen von Gemüseabonnements drei Haushaltstypen zuzuordnen sind, wobei Haushalte mit Kindern überwiegen. Von sechs befragten Haushalten gehörte ein Haushalt zum Haushaltstyp I (WGs und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung), vier InterviewpartnerInnen zum Haushaltstyp III (Allein erziehende Frauen und junge Familien) und ein Haushalt zum Haushaltstyp VI (Mittelalte und junge allein lebende). Die sechs zufällig aus der Gruppe der AbonnentInnen ausgewählten InterviewpartnerInnen gehören alle jüngeren Haushaltstypen an. Es kann angenommen werden, dass auch die nicht befragten Haushalte diesen Haushaltstypen zuzuordnen wären, dazu liegen aber keine empirischen Daten vor. Dieses Ergebnis deutet bereits darauf hin, dass mit dem Angebot vor allem Haushalte erreicht wurden, die der Nutzung von ökologischen Lebensmitteln ohnehin aufgeschlossen gegenüber stehen. Bereits bei der Charakterisierung der NutzerInnengruppe der Verleihbörse haben wir beschrieben (vgl. Kapitel 6.1.3), dass sich die NutzerInnen der Verleihbörse sich in ihren Charakteristika am ehesten mit Typen aus anderen Studien vergleichen lassen, die als aufgeschlossen für nachhaltige Konsumalternativen und neue Nutzungsstrategien gelten. Dies trifft auch für die NutzerInnen des Gemüseabonnements zu, zumal ein Teil der Haushalte sowohl Mitglied in der Verleihbörse ist, als sich auch zu einem Gemüseabonnement entschlossen hat. Im Unterschied zu den Mitgliedern der Verleihbörse finden sich bei den NutzerInnen des Gemüseabonnements aber mehr Haushalte mit Kindern.

Tabelle 10 Verteilung der interviewten NutzerInnen der Gemüseabonnements auf die Haushaltstypen

Haushaltstyp	Anzahl der NutzerInnen von Gemüseabonnements
WG und junge Paare mit überwiegend partnerschaftlicher Haushaltsführung (Haushaltstyp I)	1
Allein erziehende Frauen und junge Familien (Haushaltstyp III)	4
Mittelalte und junge allein Lebende (Haushaltstyp VI)	1
Summe	6

Die interviewten NutzerInnen von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ sind typisch für NutzerInnen von Gemüseabonnements in Berlin. Eine Untersuchung der KundInnen von sechs Betrieben in Berlin und Brandenburg ergab, dass vor allem Familien mit (kleinen) Kindern Gemüseabonnements beziehen. Im Vergleich zur Berliner Durchschnittsbevölkerung zeichnen sich NutzerInnen von Gemüseabonnements durch eine größere durchschnittliche Personenzahl in den Haushalten aus, haben ein deutlich höheres Bildungsniveau und

verfügen über ein etwas höheres Einkommen. Ein großer Teil der AbonnentInnen ist zwischen 30 und 40 Jahre alt, ausländische MitbürgerInnen werden von den Angeboten kaum erreicht. Auffällig bei dieser Untersuchung im Jahre 1998 war, dass im Bezirk Prenzlauer Berg, in dem sich auch die „Bremer Höhe“ befindet, durchschnittlich mehr Gemüseabonnements bezogen wurden als in anderen Berliner Bezirken (van R  th 2003: 192).

6.2.4 Motive und Anlässe zur Nutzung des Angebotes

6.2.4.1 Motive

In den qualitativen Interviews wurden verschiedene Motive für die Nutzung von ökologischen Gemüseabonnements deutlich:

- Im Vordergrund steht der Wunsch sich regelmäßig mit regional erzeugtem Gemüse aus ökologischem Landbau zu ernähren.
- Die InterviewpartnerInnen wollten Gemüsearten kennen lernen, die sie selbst eher nicht eingekauft hätten. Sie versprachen sich von der Belieferung mit ihnen unbekannten Gemüsen eine sukzessive Erweiterung ihrer Zubereitungskompetenzen und verbanden damit die Hoffnung auf Dauer ihre Speisepläne abwechslungsreicher gestalten zu können.
- Die Lieferungen sollten die Mahlzeitenplanung durch Vorgabe von gelieferten Produkten erleichtern und eine Grundversorgung gewährleisten, ohne selbst einkaufen gehen zu müssen.
- Bei einigen sollte der Vorsatz häufiger mit frischem Gemüse zu kochen und häufiger auf eine Au  erhaus-Versorgung oder die Verwendung von Convenience-Produkten zu verzichten, durch die regelmäßige Belieferung unterstützt werden.
- Der Lieferservice an die Wohnungstür war insbesondere für Mütter kleiner Kinder mit der Hoffnung verbunden, den Aufwand für das regelmäßige Kochen zu reduzieren.
- Ein Interviewpartner nannte die Hoffnung durch den direkten Kauf vom Erzeuger günstigere Preise zu bezahlen.

Insgesamt wurde deutlich, dass die Versorgung von Kindern bei der Entscheidung für ein Gemüseabonnement eine wichtige Rolle spielt. Wenn Kinder im Haushalt leben, sind diese in allen Fällen ein Grund, warum eine kontinuierliche Versorgung mit ökologisch erzeugtem Gemüse gewünscht wird. Wesentliche Aspekte sind die Gewährleistung einer Grundversorgung, ohne selbst eine Speiseplanung machen und einkaufen gehen zu müssen. Die Bedeutung der Lieferung vor die Wohnungstür ist unterschiedlich hoch und abhängig von der Arbeitsbelastung durch Berufstätigkeit, der Frage ob ein oder zwei Erwachsene im Haushalt leben und Versorgungsarbeiten übernehmen und der Ausstattung des Haushaltes mit einem Auto.

6.2.4.2 Anlässe für die Bestellung des Gemüseabonnements

- Handlungsorientierte Information und Angebot
Alle NutzerInnen kannten das Prinzip Gemüseabonnement bereits vor dem Angebot in der „Bremer Höhe“ aus Erzählungen in ihrem Freundes- und Verwandtenkreis. Zum Teil hatten sie ein Abonnement auch schon einmal erwogen, aber da sie keine konkreten

Informationen hatten und keine Ansprechpartner kannten, hatten sie noch kein Gemüseabonnement bestellt. „Ja. Also wir haben schon eine Weile gedacht, das wäre doch gut, wir wussten aber nicht genau wo. Wir haben schon ab und zu mal so Lieferautos gesehen, wo Gemüseboxe draufgestanden ist, aber wir haben es immer verpeilt die Nummer aufzuschreiben. Wir hätten gerne sowieso eine gehabt und als dann das Angebot kam, haben wir es dann genommen.“ (IBH20/32) Somit war das konkrete Handlungsangebot im direkten Wohnumfeld für die NutzerInnen ein Impuls zu einem regelmäßigen Bezug eines Gemüseabonnements, der zwar vorher schon angedacht, aber nicht in konkrete Handlungen umgesetzt worden war.

Die interviewten NutzerInnen haben ihre Gemüseabonnements häufig nach einer der beiden Kontaktmöglichkeiten zur Anbieterin (Informationsveranstaltung, Sommerfest) bestellt. Als wesentlich für den konkreten Umsetzungsschritt wird meist die konkrete Information und die direkte Kontaktmöglichkeit, bei der auch konkrete alltagspraktische Fragen besprochen werden konnten, genannt. Zudem wurde in den Interviews deutlich, dass in der Nachbarschaft über die Erfahrungen mit dem Gemüseabonnements gesprochen wird. Die Information über das Abonnement wird auf diese Weise präsent gehalten und es findet auch eine Kommunikation über konkrete Alltagserfahrungen statt.

- Bedeutung des Wegfalls der Liefergebühr

Das Angebot in der „Bremer Höhe“ war verbunden mit dem finanziellen Vorteil für jede(n) BestellerIn, dass die Anbieterin die Liefergebühren abhängig von der Zahl der KundInnen reduzierte bzw. ganz erließ. Der finanzielle Vorteil beträgt bei völligem Wegfall der Liefergebühr 2,50 € pro Haushalt und Lieferung. Dies gab den NutzerInnen einen Anreiz, mit einer Bestellung zu beginnen. „Ja wegen der Liefergebühren auf jeden Fall. Ja weil bei einem Betrag von 8 Euro alle zwei Wochen, also da fällt dann 'ne Liefergebühr für 2 Euro 50 schon ins Gewicht, also bei 20 Euro ist dann nicht so wild aber bei 8 Euro, also das war eigentlich ausschlaggebend, mit ausschlaggebend.“ (IBH19/12) Der Vorteil der finanziellen Ersparnis wird von den NutzerInnen meist als zusätzlicher Impuls beschrieben, um mit der Bestellung zu beginnen. Auf Dauer spielt die Einsparung für die Beibehaltung des Angebotes möglicherweise eine untergeordnete Rolle. „Nein, ich kenn' halt Freunde, die das machen und da ganz begeistert sind, aber die Liefergebühren sind dann relativ teuer, aber als es dann hieß, eben dass die ganze Genossenschaft als Ganzes genommen wird und wenn's, glaub ich, fünf sind, dann fällt die Liefergebühr ganz weg, also das fand ich dann schon mal super, das ist 'ne Gelegenheit, die man sonst nicht hat, weil fünf Leute im Haus holen sich meistens nicht die Kiste. (...) Obwohl ich muss auch noch dazu sagen, wenn das nicht weniger geworden wäre mit den Liefergebühren, - die sind erst so nach und nach weggefallen, ich hätte die Kiste trotzdem weiter bestellt. Also, das war dann nachher Nebensache, obwohl es zum Anfang ein Argument war.“ (IBH1/100 + 108)

Letztlich kann anhand der Befragungsergebnisse nur schwer abgeschätzt werden, wie wichtig der finanzielle Vorteil für die Verstetigung der Nutzung bei den einzelnen AbonentInnen ist. Es kann nicht beurteilt werden, wie die AbonentInnen in der „Bremer Höhe“ auf veränderte Bezugsbedingungen mit einer Verringerung des finanziellen Vorteils oder einer Einschränkung des Serviceanteils, wie etwa die Lieferung an eine wohnungsnahe Sammelstelle reagieren würden.

6.2.5 Nutzungsmuster

6.2.5.1 Bestellmengen

Die KundInnen in der „Bremer Höhe“ beziehen kleine Gemüseabonnements zu einem Preis von 8 bzw. 10 €. Dies entspricht etwa 4 – 4,5 Kilogramm Obst- und Gemüse. Neun der zwölf Haushalte beziehen wöchentlich Gemüseabonnements, drei Haushalte bestellen 14 tägig (Anbieterinformation). Neben den Gemüseabonnements beziehen die KundInnen teilweise auch Eier. Unregelmäßig werden andere Produkte wie Lammfleisch bestellt, die die Anbieterin jeweils in ihren den Lieferungen beigelegten Infoblättern ankündigt. Das umfangreiche Angebot an anderen Naturkostartikeln wird von keiner/m der NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ in Anspruch genommen.

6.2.5.2 Umgang mit dem Gemüseabonnement und Stellenwert für die Ernährungsorganisation in den befragten Haushalten

Im Verhältnis zur Personenzahl⁴¹ in den befragten Haushalten ist die regelmäßig bestellte Gemüsemenge mit 4 – 4,5 kg Obst und Gemüse eher klein. Mit dem Gemüse aus der Lieferung wird eine Grundversorgung geschaffen, die nur einige Mahlzeiten in der Woche abdecken soll. Die Produkte werden oft am Wochenende verbraucht, die Hauptmahlzeiten in der Woche werden durch anderweitig gekaufte Lebensmittel, Außerhausverpflegung (häufig Imbisse wie z.B. Falafel) oder Convenience-Produkte (Tiefkühlkost, Fertiggerichte) abgedeckt.

Bereits in einer Untersuchung zur Nutzung von Gemüseabonnements im Jahre 1998 bei KundInnen von brandenburgischen Gemüseabonnementanbietern in Berlin zeigte sich die Tendenz, dass auch bei höherer Personenzahl in den Haushalten meist die kleinste angebotene Menge von ca. 4 - 4,5 kg bestellt und damit nur einen Teil der Mahlzeiten mit den bestellten Produkten abgedeckt wird (van Rühl 2003: 209). In dieser Untersuchung wurde deutlich, dass damit dem Wunsch bzw. der Notwendigkeit einer flexiblen Gestaltung der Nahrungsversorgung, die sich an den Anforderungen aus Berufstätigkeit und Versorgungsarbeit orientiert, entsprochen wird. In der Befragung der „Bremer Höhe“-BewohnerInnen zeigen sich vergleichbare Strukturen. Auch in diesen Haushalten wird nur ein (kleiner) Teil des Lebensmittelbedarfs über das Gemüseabonnement gedeckt und die Essensversorgung auf vielfältige andere Weisen gewährleistet, wobei Außerhausversorgung eine große Rolle spielt.

In den drei Haushalten, in denen noch-nicht-schulpflichtige Kinder leben, wird die Ernährungsorganisation stark von den Kindern und der Organisation ihrer Betreuung geprägt. Zum Zeitpunkt der Etablierung der Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ kamen Kleinkinder aus drei der vier Familien, mit denen Interviews zu den Erfahrungen mit den Abonnement geführt wurden, in eine Kindertagesstätte, wo sie auch zu Mittag essen. Dies hat vermutlich einen Einfluss auf die Bestellmengen bei den Gemüseabonnements, weil seither nicht mehr wie zuvor, als die Kinder noch zuhause betreut wurden, in der Regel täglich gekocht wird. Mit Beginn der Betreuung in den Einrichtungen essen die Kinder ihre Hauptmahlzeiten meist dort und in den Familien wird häufig vorwiegend am Wochenende mit Produkten aus der Gemüselieferung gekocht. „Wir kochen auch nicht mehr so viel im Moment, weil unser Sohn in den Kinderladen geht seit Anfang September, das hat sich wirklich verändert. Also weil's jetzt

⁴¹ In fünf der sechs Haushalte leben zwei Erwachsene, in vier Haushalten zudem noch ein bis zwei (Klein)kinder. Der allein lebende Mann bezieht vierzehntägig eine kleine Gemüsemenge von etwa vier Kilogramm.

nicht mehr dieses regelmäßige ist, sonst habe ich wirklich jeden Tag gekocht oder für zwei Tage. Wir kochen zwar jetzt abends mal, aber das ist halt irgendwie nicht mehr so, das ist nicht so viel.“ (IBH3/147) Dies zeigt, dass die Möglichkeit Gemüseabonnements in die Alltagsversorgung zu integrieren stark von den Lebensumständen abhängt, die den größten Einfluss darauf haben, ob und wie häufig selbst frische Mahlzeiten gekocht werden. Das trifft sowohl auf Familien mit Kindern als auch auf Haushalte in denen keine Kinder leben zu (vgl. Kapitel 6.2.6). Günstig ist, dass die Gemüselieferungen vor dem Wochenende ausgeliefert werden, da in fast allen Haushalten die gelieferten Produkte vorwiegend am Wochenende verbraucht und in der Woche selten zur Zubereitung kleinerer Abendessen verwendet werden.

Die NutzerInnen beziehen alle Abonnements, die die Anbieterin für sie nach dem aktuellen regionalen Saisonangebot zusammenstellt. Dabei berücksichtigt sie Informationen über ihre KundInnen, wie Personenzahl im Haushalt, sowie geschmackliche Vorlieben und Abneigungen. Die Möglichkeit, die Gemüse selbst im Internet zusammen zu stellen, nutzen die BewohnerInnen in der „Bremer Höhe“ nicht. Dies stellt eine Besonderheit dieser KundInnen dar, da ein größerer Teil (ca. 40 %) der Kunden des Unternehmens die angebotenen Möglichkeiten zu einer eigenen Zusammenstellung der Gemüselieferung über Internet nutzt. In den Interviews wurde als Begründung genannt, dass die Zusammenstellung der Auswahl durch die Anbieterin bereits eine Entlastung in der Alltagsorganisation darstellt und dass durch die vorgegebene Auswahl auch die Möglichkeit besteht neue Produkte kennen zu lernen.

Die Befragten berichten übereinstimmend, dass sie dadurch Gemüsesorten für ihre Ernährung verwenden, die sie zum Teil vorher nicht gekannt haben bzw. die sie zwar kannten, aber nicht selbst eingekauft haben. „Dadurch, dass man immer was anderes hatte, also ich sage nicht Bescheid, was ich will, sondern ich kriege immer andere Sachen. Ich habe einiges kennen gelernt. Postelein, Salat, verschiedene Sachen, die ich zum Teil auch nicht kenne (...) Ich fand's sehr spannend. Da waren dann andere Sachen in der Kiste und nicht nur die drei Sorten, die du sonst immer benutzt.“ (IBH21/6-9) „Ich kannte schon ein paar Sachen, wobei ich auch sagen muss, dass ich die selten gekauft habe. Also, was heißt kennen, ich wusste halt, wie es heißt, aber gekocht habe ich damit nicht, weil man vielleicht eher das kauft und kocht was man kennt, weil das ja auch erst mal ein größerer Aufwand ist die richtigen Rezepte rauszusuchen. Wenn ich das sehe, wüsste ich ja jetzt auch gar nicht, was koche ich denn jetzt mit roter Beete oder mit Topinambur. Das ist auch das Schöne beim Internet, da mal kurz zu recherchieren, was koche ich denn jetzt, und dann immer neue Sachen ausprobieren.“ (IBH15/64 – 69) Beide GesprächspartnerInnen nutzen das Internet, um sich über die Zubereitungsmöglichkeiten der ihnen noch neuen Gemüse zu informieren und beschreiben das kennen Lernen von neuen Produkten als Qualität des Abonnements, die sie sehr schätzen. Dieser Aspekt wird auch von den anderen Befragten betont, das kennen Lernen neuer Gemüsesorten wird übereinstimmend als positives Element von Gemüseabonnements benannt.

Zur Frage, ob die Ernährungsversorgung mit dem Abonnement mit mehr oder weniger Aufwand verbunden ist als vorher, wurde zum Teil differenziert beschrieben, wie sich das Abonnement auf die Haushaltsorganisation auswirkt und verschiedene Aspekte benannt, auf die das Abonnement einen Einfluss hatte: Die Lieferung des Gemüses vor die Wohnungstür wird als entlastend empfunden, wobei eine KundIn, die bereits Erfahrungen mit einem anderen

Anbieter hatte, positiv findet, dass sie es nicht von einer Sammelstelle abholen muss. Eine andere sagte: „Ich finde es praktisch. Ich wohne im vierten Stock, man trägt's bis vor die Tür und ich gehe arbeiten, da war nicht so viel Zeit einzukaufen.“ (IBH21/7)

Dass Gemüse im Haus ist, das verbraucht werden muss und deshalb zum Kochen führt, wird als Vorteil wahrgenommen: „Ja, weil ich so nicht einkaufen muss und dann eben Biogemüse so im Haus hab, dass ich halt mal kochen muss und ich mir das sonst vielleicht auch wieder verkneifen würde“ (IBH19/8) Damit wird durch die Lieferung ein gewünschter Impuls zum Kochen gegeben. Dies äußerte auch eine andere NutzerIn, die mit dem Abonnement mehr Gerichte aus frischen Produkten und weniger Convenience Produkte zubereitet: „Wir essen mehr bei uns, früher habe ich mehr Sachen gekauft, die schnell gehen, Pizza oder so was, das ist weniger geworden.“ (IBH 21/21) Dies, so schildert sie weiter, hängt damit zusammen, dass sie die Versorgung mit dem Abo als weniger zeitaufwändig empfindet. „Also für mich ist es so, dass ich es als weniger Zeit empfinde (uns mit dem Gemüseabo zu versorgen, d.V.), weil ich mir keine Gedanken muss, was koche ich jetzt, sondern es ist da und dann brauche ich nur noch ein paar Zutaten“ (IBH 21/51 - 57)

Hier wird deutlich, dass die Planung von Mahlzeiten als aufwändig empfunden wird und das Gemüseabonnement mit einer vorgegebenen Auswahl an Produkten eine Möglichkeit darstellt diesen Aufwand im Alltagsablauf zu reduzieren. Dies zeigt sich auch in der Äußerung einer anderen NutzerIn, die auf die Frage nach einer Veränderung des Aufwandes für die Ernährung der Familie erklärte: „Also für mich hat sich im Vorfeld zum Essen einfach 'ne Menge verändert. Also ich war auch die vier Jahre zu Hause mit meinen Kindern und habe jeden Tag überlegt, was koche ich denn jetzt und muss ich einkaufen gehen und dann habe ich das gekocht, und es war einfach super schwierig, weil, wenn du jeden Tag dasitzt und überlegst, was kochst du denn jetzt, fällt dir irgendwann nichts mehr ein. Das ist super schön, weil Dir dadurch diese Entscheidung einfach schon mal vorweg genommen wird. Du hast einfach schon mal ein, zwei Gemüse da und guckst dann nur noch, was mache ich denn jetzt damit. Auf welches von diesen, was ich damit machen könnte, hab' ich denn jetzt Lust, oder so. Das ist für mich einfach super schön. Und dass einem dieses ewige Rumüberlegen und Suchen einfach abgenommen wird.“ (IBH15/79) Hier hatte sich eine Erwartung der NutzerInnen erfüllt, mit dem Gemüseabonnement die Ernährungsversorgung im Alltag unaufwändiger zu organisieren, indem die vorgegebene Zusammenstellung von Gemüsen durch die AnbieterIn die Mahlzeitenplanung und auch zusätzliche Einkäufe vorstrukturiert.

6.2.5.3 Präferenz für regionale Produkte

Alle KundInnen in der „Bremer Höhe“ lassen sich ihre Gemüselieferung von der Anbieterin zusammenstellen und legen Wert auf eine Belieferung mit regionalen Produkten, vorzugsweise aus der eigenen Produktion des Betriebes. Die Präferenzen der KundInnen in der „Bremer Höhe“ für regionale Erzeugnisse werden von anderen KundInnen der Anbieterin nicht so stark geäußert.

Diese Vorgabe bedingt, dass die Zusammenstellung vor allem im Frühjahr wenig abwechslungsreich gestaltet werden kann bzw. dass in Zeiten in denen Produkte aus eigenem Anbau für die Bestückung der Kisten nicht in ausreichenden Mengen vorhanden sind, Zukäufe aus regionaler Erzeugung in die Gemüseabonnements gepackt werden. Insbesondere in der Zeit von Februar bis Mai ist es für die Anbieterin schwierig den Präferenzen der KundInnen in der

„Bremer Höhe“ zu genügen und gleichzeitig eine abwechslungsreiche Zusammenstellung aufrecht zu erhalten. Gründe hierfür sind, dass einerseits Lagerprodukte wie verschiedene Kürbisarten, Pastinaken, rote Beete, Möhren sowie andere Wurzelgemüse und die verschiedenen lagerbaren Kohlsorten langsam verbraucht sind und die Ernte von Winterprodukten wie Grün- und Rosenkohl, Feldsalat zur Neige geht, während frische Produkte noch nicht wachsen. Im Sommer 2003 war der Anbieterbetrieb zudem von der großen Hitze und Trockenheit in Brandenburg stark betroffen, was dazu führte, dass im Jahr 2003 insgesamt nur etwa 10 % der vermarkteten Produkte aus der Eigenerzeugung des Betriebes stammten. Die Anbieterin des Gemüseabonnements glich dies durch den Zukauf von Gemüse von zwei benachbarten Betrieben aus und kaufte regionale (und nicht regionale) Produkte beim ökologischen Großhandel zu. Den KundInnen wurden die Zukäufe über Herkunftsangaben auf den Rechnungen kommuniziert.

Der Zukauf von Gemüse wurde von verschiedenen KundInnen in der „Bremer Höhe“ kritisch kommentiert. „Ja. Aber trotzdem finde ich, dann sollten die mehr so ihre eigenen Produkte verkaufen. Also, wenn man sich die Kiste erst mal bestellt, denkt man, man kriegt die Sachen, die die da vom Feld holen und dass die da so einen großen Handel noch hintendrin haben und so zukaufen und so, das finde ich eigentlich nicht so gut, das macht der Bioladen, das ist irgendwie, ich finde die sollten, aber das geht vielleicht nicht, weil so ein Hof zu klein ist. Aber ich finde eigentlich, die sollten ihr Zeug verkaufen, in die Kiste tun.“ (IBH20/118)

In einer Familie wurde im Winter die Bestellmenge von 16 € auf 8 € reduziert, dafür nannte der befragte Familienvater eine ganze Reihe von Gründen, die mit der eingeschränkten Vielfalt im Winter, veränderter Ernährungsorganisation in der Familie, als hoch empfundene Preise und der Kritik daran zusammenhängen, dass die Anbieterin Produkte von anderen Erzeugern über ihre Gemüseabonnements vermarktet. „Ja, es ist so eine Mischung. Also erstens ist es meistens relativ langweilig zur Zeit (Mitte März 2004, d.V.), aber es liegt auch an der Saison, wir wollten auch nicht Zugekauft von irgendwo, sondern hier aus der Region haben und in der Region gibt es halt jetzt nichts. Ich meine, das war so das Gefühl, dass das auch aus der Region sein sollte.“ (IBH20/6-8) Später im Interview äußerte er: „Ja vielleicht sollte man im Winter einfach pausieren, also wenn nichts da ist, dann kann man halt nichts verkaufen. Wir haben das jetzt auch runtergefahren im Winter, aber vielleicht würden wir im nächsten Jahr einfach im Winter pausieren.“ (IBH20/124) Mit dem letzten Satz relativiert er seine Überlegung und Erwartung an den Betrieb das Angebot so zu gestalten, dass sie die Belieferung in Zeiten der Erntelosigkeit für alle KundInnen einstellen und erwägt als persönlichen Umgang eine Lieferpause in diesen Zeiten.

Die Interviews mit den NutzerInnen von Gemüseabonnements zeigen die Ambivalenz des Anspruchs einer regionalen Zusammenstellung der Gemüselieferungen. Einerseits wird damit die Regionalisierung der Ernährung mit ihren ökologisch und sozial nachhaltigen Wirkungen befördert, andererseits ist die streng regionale Versorgung über das ganze Jahr hinweg bei Ernteverlusten und jahreszeitlich bedingten Engpässen in den Betrieben mit Problemen und mit einem beschränkten Produktangebot verbunden. Dies führt dazu, dass Gemüseabonnements zeitweise als unattraktiv empfunden werden könnten und Bestellungen reduziert bzw. eventuell auch ganz gekündigt werden. Für kleine Unternehmen ist mit dem Verlust von regelmäßigen KundInnen ein großes wirtschaftliches Risiko verknüpft.

6.2.6 Potenziale und Hemmnisse

In der „Bremer Höhe“ war das Angebot der koordinierten Nutzung von Gemüseabonnements so konzipiert, dass keine Absprachen zwischen den einzelnen NutzerInnen oder zwischen den NutzerInnen und einer koordinierenden Instanz in der Wohnungsbaugenossenschaft erforderlich wurden. Es besteht lediglich eine bilaterale Beziehung zwischen den KundInnen und der Anbieterin, die Absprachen in Bezug auf die Lieferungen jeweils nur für die eigenen Lieferungen treffen. Spürbare Wirkungen der Vereinbarung über die koordinierte Nutzung für die NutzerInnen ist der wirtschaftliche Vorteil durch den Wegfall der Liefergebühr in Höhe von 2,50 € pro Lieferung. Eine weitere Wirkung sind kontinuierliche Informationen über das Angebot, die in dem regelmäßig erscheinenden Infoblatt der „Bremer Höhe“ für die BewohnerInnen in der Wohnungsbaugenossenschaft erscheinen. Die Erfahrungen der NutzerInnen zeigen, dass der gemeinschaftliche Bezug keine weiteren Einflüsse auf die Nutzung von Gemüseabonnements hat. Insofern kann in der Betrachtung der Potenziale und Hemmnisse, denen das Angebot unterliegt, als Potenzial für die Nutzung, dass sich aus der konkreten Angebotssituation in der „Bremer Höhe“ ergibt, vor allem die Kommunikation der handlungsorientierten Information, die mit einem leicht verfügbaren Angebot im unmittelbaren Wohnumfeld verbunden ist, identifiziert werden. Hemmnisse liegen hingegen im Wesentlichen in allgemeinen Gründen, aus denen sich Menschen grundsätzlich gegen die Nutzung von ökologischen Lebensmitteln entscheiden, bzw. in Hemmnissen die dazu führen, dass der regelmäßige Bezug eines Gemüseabonnements sich nicht mit der Alltagsorganisation des Haushaltes verbinden lässt.

6.2.6.1 Handlungsorientierte Information im Wohnumfeld stützen die Umsetzung nachhaltigen Konsumverhaltens

Die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnements zu vergünstigten Bedingungen, wie sie im Rahmen des Vorhabens erprobt wurde, hat das Potenzial KundInnen für ökologische Gemüseabonnements zu gewinnen, die ökologischen Lebensmitteln grundsätzlich positiv gegenüberstehen. Auffällig ist, dass die befragten NutzerInnen alle bereits das Prinzip „Gemüseabonnement“ kannten und bereits erwogen hatten, ein solches Angebot zu nutzen. Es wurde von positiven Erfahrungen berichtet, die Freunde oder Verwandte mit der Nutzung von Gemüseabonnements in anderen Städten gemacht haben. Die InterviewpartnerInnen nannten als Grund, warum sie ihre Überlegung noch nicht in die Tat umgesetzt hatten, vor allem das Fehlen von Informationen dazu, wohin sie sich wenden können, um ein Gemüseabonnement zu bestellen.

Die Ergebnisse der zweiten schriftlichen Befragung in der „Bremer Höhe“ zeigen, dass die Kommunikation des Angebotes über Postwurfsendungen und einen Artikel im Mitteilungsblatt der „Bremer Höhe“ erfolgreich war: 78,3 % der Befragten gaben an, das Angebot zu kennen. Die Kommunikation handlungsorientierter Informationen über diese Wege ist also als erfolgreich einzuschätzen.

Ein ungewöhnliches Ergebnis der gleichen Befragung ist, dass 60,2 % der Befragten angaben, dass sie das Prinzip „Gemüseabonnement“ schon vor dem konkreten Angebot in der „Bremer Höhe“ kannten. Dies deutet noch einmal darauf hin, dass in der „Bremer Höhe“ ein hoher Anteil an nachhaltigen Konsumangeboten interessierter Menschen lebt (vgl. Kapitel 6.1.3). Tatsächlich genutzt wurde ein Gemüseabonnement vor der Initiierung der Koopera-

tion mit der Anbieterin nur von einem der 84 Haushalte, die sich an der zweiten Befragung beteiligt haben.

Die recht stabile KundInnenzahl von zwölf Abonnements bei einer Zahl von inzwischen etwa 460 Haushalten⁴² in der „Bremer Höhe“ ist als sehr gutes Ergebnis und hohe Akzeptanz des Angebotes einzuschätzen. In Berlin nutzen stadtweit nur etwa 0,2 % der Haushalte ökologische Gemüseabonnements (van R  th 2003), womit der Anteil der NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ im Vergleich dazu um das etwa 10 – 20-fache höher liegt⁴³.

6.2.6.2 Gründe für die Nicht-Nutzung von Gemüseabonnements

Die Gespräche mit Nicht-NutzerInnen zeigen, dass Gemüseabonnements nur für bestimmte Personengruppen interessant sind. Wichtig für die Akzeptanz von Gemüseabonnements ist die grundsätzliche Einstellung zum Konsum von ökologisch erzeugten Lebensmitteln. Menschen, die skeptisch gegenüber ökologischen Lebensmitteln eingestellt sind, lassen sich auch durch den Zusatznutzen „Belieferung“ nicht für eine Verwendung von Ökoprodukten gewinnen. Für grundsätzlich Interessierte ergeben sich zum Teil aus der eigenen Alltagsorganisation Hemmnisse sich mit einem Abonnement auf den regelmäßigen Bezug von Lebensmitteln festzulegen. Dies sind berufliche oder private Gründe, die eine hohe Mobilität erfordern oder andere Umstände, die dazu führen, dass nur unregelmäßig selbst Mahlzeiten zuhause zubereitet werden. Einige GesprächspartnerInnen gaben an, dass sie Interesse an dem Angebot haben, sie aber noch nicht dazu gekommen seien, dies auch tatsächlich in die Tat umzusetzen.

- Generelle Skepsis ökologischen Produkten gegenüber

Für zwei (  ltere) Gesprächspartnerinnen ist die Nutzung von ökologisch erzeugten Lebensmitteln generell keine Option. Sie repräsentieren vermutlich eine Vielzahl von Menschen, die ökologischen Lebensmitteln gegenüber skeptisch eingestellt sind. Beide sehen keine Unterschiede zwischen konventionell erzeugten Lebensmitteln und Lebensmitteln aus ökologischem Landbau und somit keine persönlichen Vorteile für sich. Beide argumentieren zunächst mit den Preisen, die sie sich nicht leisten können. Auch unter der Bedingung, dass sie weniger finanziell eingeschränkt seien, wären sie jedoch nicht bereit höhere Preise für Lebensmittel zu bezahlen⁴⁴.

⁴² Die Wohnanlagen in der „Bremer Höhe“ wurden parallel zur Projektlaufzeit in drei Bauabschnitten saniert und die MieterInnen waren zeitweise in anderen Wohnungen untergebracht, bzw. wurden die sanierten Wohnungen erst nach ihrer Fertigstellung vermietet. Somit hat sich die Zahl der angesprochenen Haushalte mit dem Fortschreiten der Bauarbeiten sukzessive erhöht. Die Baumaßnahmen waren erst im Frühjahr 2004 abgeschlossen, sodass erst seit kurzer Zeit etwa 460 Haushalte in der „Bremer Höhe“ leben.

⁴³ Eine genaue Prozentangabe zu errechnen ist schwierig, da die Zahl der von dem Angebot angesprochenen Haushalte mit dem Fortschreiten der Sanierung und Vermietung der Wohnanlage im Laufe des Jahres 2003 / 2004 kontinuierlich angestiegen ist.

⁴⁴ „(Das Gemüse) ist ein bisschen teuer. (...) Der Blumenkohl schmeckt mir im Tante Emma Laden genauso wie bei Kaisers oder auf dem Markt oder ganz egal, ich merke keinen Unterschied. (...) Das ist auch eine finanzielle ... das ist wirklich 'ne echte finanzielle Sache. Frage: Und wenn Sie mehr Geld zur Verfügung hätten, würden Sie dann lieber auch mehr   kogem  se kaufen können oder? Antwort: Warum soll ich so viel Geld ausgeben. (...) Klar bei den Preisen, was sind denn da acht Euro ne Kisten, das ist nichts. Für acht Euro kriege ich aber auf dem Markt mehr. Ob es jetzt einen Tag älter ist oder frischer ist, kann ich hier nicht nachvollziehen und dort nicht nachvollziehen.“ (IBH16) „Das (Gemüseabo) ist mir zu teuer. Das kann ich mir gar nicht leisten. Die Preise, die die da drin hatten, also sind für mich unrentabel, das Geld habe ich gar nicht, das ist für welche die Geld haben. (...) Frage:

- Keine Alltagskompatibilität von Gemüseabonnements in Haushalten mit hoher Mobilität
Drei InterviewpartnerInnen finden das Angebot zwar prinzipiell attraktiv, können es aber nicht in ihren Alltag integrieren. Zwei dieser drei Personen sind aus beruflichen bzw. privaten Gründen viel auf Reisen, sodass für beide Haushalte eine kontinuierliche Belieferung mit Lebensmitteln nicht praktikabel ist. „Mein Freund wohnt auswärts, also nicht mit mir zusammen und ich bin auch noch viel weg. Ich dachte, nee, auf keinen Fall. Wenn ich viel reise, möchte ich kein Gemüse.“ (IBH4/126) Beide sagten, dass sie sich gerne, wenn sich ihre persönliche Situation verändert, an dem Angebot beteiligen möchten. Die dritte Person verbraucht unregelmäßig Gemüse, sodass für sie eine regelmäßige Bestellung ebenfalls nicht in Frage kommt. „Ich habe mir überlegt, dass ich eh immer einkaufen gehe und ganz sporadisch, manchmal die ganze Woche lang überhaupt kein Gemüse esse und dann wieder total viel und das ist für mich jetzt kein großer Gewinn, mich an so 'ne Gemüsekiste zu binden. Wobei ich auch das Angebot wieder total gut finde für Familien, die eh immer regelmäßig essen.“ (IBH7/175)

Für zwei weitere GesprächspartnerInnen, die sich teilweise mit Produkten aus ökologischem Landbau ernähren, ist die Nutzung eines Gemüseabonnement nicht vorstellbar. Sie möchten sich nicht an regelmäßige Lieferungen binden und vermuten zudem, dass die Produktauswahl saisonabhängig eintönig ist und möchten ihre Lebensmittel beim Einkauf lieber selbst und den gerade aktuellen Bedürfnissen entsprechend auswählen. Nicht zuletzt spielt auch die Lust zum Kochen eine Rolle: „Nee, ich koche so ungern, als das ich mir dann auch noch vorgeben lasse, was ich zu kochen habe.“ (IBH8/100) Die zweite Gesprächspartnerin, die Ökoprodukte nutzt, möchte sich vor allem aus finanziellen Gründen nicht an ein Abonnement binden: „Ich kenne das Angebot, aber momentan mache ich's nach Bedarf lieber, also ich möchte es nicht regelmäßig haben. Das hat einfach mit der finanziellen Situation was zu tun.“ (IBH2/45 –47)

- Interesse, aber fehlender Elan
Drei der zehn GesprächspartnerInnen, die keine Gemüseabonnements bestellt haben, äußerten Interesse an einem Abonnement und erklärten, sie seien bislang noch nicht dazu gekommen, eine Bestellung auch tatsächlich aufzugeben. Konkret bezeichnete eine Person den Grund als „Lethargie“. Eine andere äußerte: „Also ich habe hier schon mal mit einer Nachbarin drüber gesprochen. Und ich denke, das ist schon sehr interessant. Also, ich würde da auch gerne mitmachen. Weil ich's halt gut finde, dass das Gemüse direkt aus dem Umland kommt und man weiß, dass es gutes Gemüse ist. Die Transportwege sind kurz und es ist alles sehr vernünftig so, vom Ökologischen her. Frage: Was hat Sie denn bisher von der Bestellung abgehalten? Antwort: Tja eigentlich auch bloß, muss ich zu meiner Schande bekennen, eigentlich auch bloß Faulheit und mangelnder Elan.“ (IBH6/78 – 82) Hier zeigt sich, dass das Angebot handlungsorientierter Informationen und Angebote im unmittelbaren Umfeld zwar für einige Menschen

Wären Sie denn so grundsätzlich, also jetzt gesetzt den Fall, Sie kriegen jetzt nächste Woche Ihren Traumjob, ist denn so was wie ökologische Produkte, was Sie wenn Sie es sich leisten könnten interessieren würde? Antwort: Nee. Weil ich das alles als Quatsch empfinde. Muss ich ganz ehrlich sagen. Ich habe solange mit den anderen Produkten gelebt und warum soll ich für was mehr bezahlen, wenn ich das anders billiger kriege? Ich sage es so, wie es ist. (...) Wenn ich mehr Geld zur Verfügung hätte, würde ich das anderweitig nutzen, nämlich zum Verreisen. Und nicht für Essen, teureres Essen. Da würde ich nicht mehr ausgeben als jetzt.“ (IBH18/98 –102; 112 -121)

die Umsetzung und Nutzung eines nachhaltigen Konsumangebotes erleichtert, aber nicht in jedem Fall einen ausreichenden Impuls darstellt.

In den Gesprächen mit Nicht-NutzerInnen zeigte sich, dass Gemüseabonnements, auch unter der Voraussetzung der koordinierten Nutzung und den damit verbundenen finanziellen Vorteilen nur für bestimmte Gruppen von Haushalten attraktiv ist. Eine Voraussetzung ist die prinzipielle Aufgeschlossenheit gegenüber der Nutzung von ökologischen Lebensmitteln. Mit dem zusätzlichen Service Lieferdienst ist es nicht möglich, Menschen für ökologische Lebensmittel zu interessieren, die diesen nicht ohnehin schon aufgeschlossen gegenüber stehen und sie (zum Teil) bereits nutzen.

Für die regelmäßige Versorgung mit einem Gemüseabonnement ist es notwendig, dass die konkreten Alltagsbedingungen der Befragten eine regelmäßige Essensversorgung zu Hause ermöglichen. Dies scheint am ehesten bei Familien mit kleinen Kindern, die noch nicht eine Kindertagesstätte besuchen, in der sie regelmäßig Mittagessen bekommen, der Fall zu sein. Darauf deutet zum einen hin, dass die NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ in vier von sechs Fällen aus Haushalten stammen, in denen auch Kinder leben, zum anderen war aber auch ein Ergebnis einer größer angelegten Studie über die NutzerInnen von Gemüseabonnements in Berlin, dass 69 % von 600 befragten GemüseabonnentInnen Familien mit Kindern waren (van Rühl 2003: 191). Die Erfahrungen in der „Bremer Höhe“ zeigen, dass bereits mit dem Beginn des Besuches einer Kindertagesstätte und der Wiederaufnahme der Berufstätigkeit beider Elternteile der Anteil der zu Hause gekochten Mahlzeiten zurück geht. Die Versorgung mit kleinen Gemüseportionen wird dabei als angenehm und entlastend beschrieben. Bestellungen, die einen großen Teil des Lebensmittelbedarfs der Familie abdecken, sind aber eher selten.

6.2.6.3 Gemüseabonnements: Potenzial für eine Regionalisierung der Ernährung

In der „Bremer Höhe“ nutzen die KundInnen vorwiegend regional erzeugte Gemüse und verzichten auf die Belieferung mit importierten Produkten. Generell unterstützen Gemüseabonnements die Versorgung mit regional (und ökologisch) erzeugten Lebensmitteln, wobei allerdings auch importierte Produkte vermarktet werden (vgl. Exkurs S. 117). Stärker als bei anderen Vermarktungsschienen in der ökologischen Landwirtschaft steht bei Gemüseabonnements von einem landwirtschaftlichen Betrieb die Regionalität der Produkte über den direkten Bezug von einem erzeugenden Betrieb in der Region im Mittelpunkt. Unter den konkreten Bedingungen in der koordinierten Nutzung der Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ hat der direkte Kontakt und die Kommunikation zwischen Anbieterin und NutzerInnen dazu geführt, dass die KundInnen sehr großen Wert darauf legen tatsächlich vor allem aus der eigenen Produktion des Anbieterbetriebes beliefert zu werden. Dies stellt sowohl im Vergleich mit den anderen KundInnen der Anbieterin als auch im Vergleich mit Ergebnissen von Studien über das Kaufverhalten von NutzerInnen ökologischer Lebensmittel eine Besonderheit dar, die auf Potenziale der direkten Kommunikation zwischen NutzerInnen und AnbieterInnen hinweisen.

Studien, die sich mit den Präferenzen von NutzerInnen ökologischer Lebensmittel beschäftigen, kommen zu dem Schluss, dass die regionale Herkunft bei anderen Vermarktungsschienen meist als Zusatznutzen wahrgenommen wird, aber nicht als kaufentscheidendes Kriterium. Wichtiger sind direkt wahrnehmbare Produktqualitäten wie Frische und Geschmack so-

wie dass ökologische Lebensmittel keine Zusatzstoffe enthalten (Schade et al. 2002; Hamm 1997; Wirthgen et al. 1999; Besch, Hausladen 1998; Empacher, Götz 1999). Die regionale Herkunft wird eher bei Milchprodukten oder Brot wahrgenommen. Schade et al. erklären dies damit, dass bei diesen Produkten auf den Etiketten am Produkt die regionale Herkunft einfacher kommunizierbar ist als bei lose verkauften Produkten wie Obst und Gemüse (Schade et al. 2002: 49). Die Präferenz für regionale Produkte ist oft mit einem persönlichen Bezug zur Region verbunden. In Berlin haben die ehemaligen WestberlinerInnen aufgrund der früheren Abgeschlossenheit zum Umland auch mehr als zehn Jahre nach der Wende häufig noch keinen persönlichen Bezug zum Umland entwickelt. Schade et al. kamen in ihren Befragungen zu dem Ergebnis, in Berlin sei der Anspruch regionale Produkte zu kaufen - wenn vorhanden - eher abstrakter Natur und werde seltener mit konkreten Erfahrungen oder einem positiven Bild der Region verbunden. Nur selten seien bei KäuferInnen in Biosupermärkten, Einkaufsgemeinschaften und Bioabteilungen von Kaufhäusern konkrete Erfahrungen bzw. Kontakte zu erzeugenden Betrieben vorhanden und deshalb sei Regionalität als Kriterium bei situativen Kaufentscheidungen weniger prägend. Am ehesten wurde Regionalität von KäuferInnen auf Ökowochenmärkten als wichtiges Kriterium genannt, bei dieser Vermarktungsform ist der Kontakt zu direkt vermarktenden Landwirten bedeutend (Schade et al. 2002: 53).

Über die Herkunft aus der ehemaligen DDR oder der alten Bundesrepublik der NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ können wir aufgrund unserer Befragungen keine Aussagen machen, da diese Information in den Befragungen nicht erhoben wurde. Obwohl die Genossenschaft im Prenzlauer Berg und damit im ehemaligen Ost-Berlin liegt, kann daraus nicht gefolgert werden, dass es sich bei den BewohnerInnen vor allem um ehemalige OstberlinerInnen handelt. Der Prenzlauer Berg und auch die „Bremer Höhe“ sind in den letzten Jahren stark von Zuzügen sowohl aus dem ehemaligen Ostteil als auch aus dem ehemaligen Westteil und dem übrigen Bundesgebiet geprägt. Insofern können wir keine Aussage darüber treffen, inwieweit die koordinierte Nutzung eines Gemüseabonnements aus Brandenburg und der sich daraus ergebende direkte Kontakt dazu beiträgt den Bezug der NutzerInnen zum Umland zu erhöhen.

6.2.6.4 Produktpreise für ökologische Lebensmittel

Die im Vergleich mit konventionellen Lebensmitteln höheren Produktpreise für ökologische Lebensmittel stellen ein Hemmnis für die Ausweitung des KundInnenkreises für ökologische Lebensmittel dar. Dies hemmt auch die Verbreitung der Nutzung von ökologischen Gemüseabonnements. Finanzielle Gründe werden häufig im Zusammenhang mit der Nicht-Nutzung der Gemüseabonnements und auch für die Nicht-Nutzung von ökologisch erzeugten Lebensmitteln generell genannt. Schade et al. bezweifeln jedoch die hohe Bedeutung des Kostenargumentes in der grundsätzlichen Entscheidung gegen den Kauf von ökologischen Lebensmitteln. Sie vermuten, dass häufig mit Kostengründen argumentiert wird, andere Zugangsbarrieren jedoch weniger bewusst sind und deshalb nicht verbalisiert werden. Bedeutsam sind finanziell beschränkte Budgets nach Ergebnissen dieser Studie bei der Entscheidung gegen den Kauf weiterer Produkte in Bioqualität, wenn bereits ein Teil der Lebensmittel aus ökologischem Landbau gekauft wird. (Schade et al. 2002: 63)

Die Preise für die Produkte in Gemüseabonnements sind mit Produktpreisen im ökologischen Lebensmitteleinzelhandel vergleichbar. Dies ist für die KundInnen häufig nicht unmit-

telbar nachvollziehbar, weil sie von der Annahme ausgehen, dass es sich bei Gemüseabonnements um ein Direktvermarktungssystem handelt, bei dem die Gewinnspannen von Groß- und Einzelhandel wegfallen. Dies ist nach den Entwicklungen der letzten Jahre nur noch bedingt der Fall. Ein Zusatznutzen von Gemüseabonnements stellen die Dienstleistungsanteile des Angebotes dar, diese werden von den KundInnen zwar oft als Entlastung gelobt, die Preise der Produkte aber in der Regel mit Preisen im Naturkosteinzelhandel verglichen.

6.2.7 Anbieterperspektive

Im Folgenden wird die Perspektive der Anbieterin des koordinierten Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ vorgestellt. Um diese besser einordnen zu können, folgt zunächst ein Exkurs, in dem die Entwicklung von Gemüseabonnementbetrieben vom Direktvermarktungssystem zu komplexen Dienstleistungsunternehmen dargestellt wird.

Exkurs: Vom Direktvermarktungssystem zum komplexen Dienstleistungsunternehmen: Entwicklung von Gemüseabonnementbetrieben in Deutschland

Die ersten Angebote von Gemüseabonnements waren stark an den Bedingungen und Voraussetzungen der landwirtschaftlichen Betriebe orientiert, es wurden nahezu ausschließlich eigene Produkte vermarktet, die KundInnen hatten keinen Einfluss auf die Produktzusammenstellungen, Ausschlüsse von ungeliebten Gemüsearten waren nicht oder nur in sehr geringem Maße möglich, die Lieferungen erfolgten fast ausschließlich an Sammelstellen und die Bestellung eines Abonnements bedeutete für die KundInnen eine verpflichtende Abnahme, zum Teil ohne die Möglichkeit die Lieferungen in Urlaubszeiten abzubestellen. Diese Bedingungen wurden im Laufe der Erfahrungen mit den Angeboten von fast allen Betrieben zu Gunsten einer weitreichenden Flexibilität der KundInnen aufgegeben. Mit der den KundInnen eingeräumten Flexibilität ist ein erheblicher Zuwachs an Arbeiten in den Betrieben verbunden: es wurden längere Präsenzzeiten notwendig um Bestellungen, Reklamationen etc. aufzunehmen; das Packen individueller, auf die KundInnen zugeschnittener Zusammenstellungen dauert erheblich länger als das Packen von Standardangeboten, in denen keine Sonderwünsche berücksichtigt werden, und die individuelle Belieferung an die Wohnungstür bedeutet einen großen Aufwand und gleichzeitig eine hohe körperliche Belastung für die FahrerInnen.

Die Anpassung der Betriebe an die komplexen Anforderungen der NutzerInnen in den letzten Jahren haben auch Folgen für die Kostenstruktur der Unternehmen und die Kalkulation der von ihnen vermarkteten Produkte. Die Preise müssen so kalkuliert werden, dass die Kosten für die verschiedenen Dienstleistungen, die mit dem Gemüseabonnement verbunden sind (Belieferung, Rufbereitschaften, Zusammenstellung der Bestellungen nach den Sonderwünschen der KundInnen), mit dem Produktpreis getragen werden können.

Ein weiterer Ausgangspunkt für Veränderungen der Betriebe war das jahreszeitlich eingeschränkte Produktangebot im Frühjahr. In den letzten Jahren haben nahezu alle Gemüseabonnementbetriebe im Bundesgebiet begonnen jahreszeitliche und andere Produktionslücken mit importierten Produkten aus ökologischem Landbau vor allem aus dem Mittelmeerraum zu überbrücken. Erfahrungen aus den Anfangszeiten der Unternehmen haben gezeigt, dass es betriebswirtschaftlich problematisch ist, bei nicht ausreichender Eigenerzeugung Lieferpausen einzulegen. Zum einen wäre dies damit verbunden, für beschränkte Zeiträume andere Vermarktungswege für die in dieser Zeit produzierten Produkte finden zu müssen (z.B. Eier), zum anderen ist es schwierig, nach einer längeren Unterbrechung die regelmäßigen KundInnen für erneute Bestellungen zurückzugewinnen.

In vielen Betrieben hat sich die Abonnementvermarktung mit ihren zahlreichen komplexen Anforderungen und ihren hohen Dienstleistungsanteilen als eigener Unternehmenszweig, zum Teil auch als eigenständiges (Tochter)Unternehmen der produzierenden landwirtschaftlichen Betriebe mit oftmals mehreren MitarbeiterInnen entwickelt, die nur mit der Vermarktung der Gemüseabonnements beschäftigt sind. Mit der Entwicklung zu wirtschaftlich eigenständigen Unternehmen können die Betriebe ihre Arbeit nicht für mehrere Monate im Jahr einstellen.

Neben jahreszeitlichen Beschränkungen besteht in den Betrieben die Problematik, dass sie beispielsweise auch bei witterungsbedingten Schwierigkeiten oder Problemen mit Schädlingsbefall in der Landwirtschaft ihre KundInnen kontinuierlich beliefern und dafür eine ausreichende Menge von Obst und Gemüse bereit stellen müssen.

Da alle Gemüseabonnementbetriebe in Handelsbeziehungen mit dem ökologischen Großhandel stehen, an den sie einen Teil ihrer Produktion für die Vermarktung im ökologischen Einzelhandel verkaufen, nutzen sie zur Ge-

währleistung einer abwechslungsreichen Produktpalette die Möglichkeit, ergänzend Produkte zu ihrer eigenen Produktion hinzuzukaufen. Diese stammen zum Teil aus europäischen Importen, zum Teil werden auch aus regionalem Anbau Produkte zugekauft, um die Palette der regional erzeugten Gemüse vielfältiger gestalten zu können, als es möglich wäre, wenn nur auf die Eigenerzeugung zurück gegriffen würde.

Der Anteil der selbst erzeugten Produkte betrug bei zwei genauer untersuchten Betrieben in Brandenburg im Jahre 1998 etwa 50 % (van Rühl 2003: 175 –176). Zugekauft wurden auch von diesen beiden Betrieben Produkte aus regionaler Erzeugung, weil die Betriebe zum Teil überfordert wären eine große Zahl verschiedener Gemüse nebeneinander zu kultivieren⁴⁵. Zusammen mit den Zukäufen hatten regionale Produkte bei diesen Betrieben einen Anteil von knapp 75 % aller im Laufe eines Jahres ausgelieferten Produkte. Die Zukäufe importierter Produkte dienten vor allem dazu, die Vermarktung der eigenen und zugekauften regionalen Produkte zu unterstützen, indem sie helfen, Zeiten eingeschränkten regionalen Angebotes zu überbrücken.

Die Entwicklung in den letzten Jahren hat dazu geführt, dass sich aus dem ehemaligen Direktvermarktungssystem „Gemüseabonnement“, das von ökologischen Landwirten neben der landwirtschaftlichen Arbeit betrieben wurde, eigene Unternehmenszweige entwickelt haben, mit denen vor allem auf die Anforderungen der KundInnen nach Flexibilität und Vielfalt der Produktauswahl eingegangen wurde (vgl. van Rühl 2003). Damit haben sich die AnbieterInnen von Gemüseabonnements vom ursprünglichen Direktvermarktungskonzept entfernt und ihre Betriebe um eine Vermarktungsschiene erweitert, mit der sie den Absatz ihrer eigenen Produkte absichern können.

Den gestiegenen Kosten, die durch die größere Flexibilität und Vielfalt der Angebote entstanden sind, stehen mit einem Anteil von Produkten, die über den Großhandel zugekauft werden, kleiner gewordene Gewinnspannen gegenüber. Mit dem Zukauf über den Großhandel ist verbunden, dass die Preiskalkulation nach ähnlichen Kriterien wie im Einzelhandel erfolgen muss. Bei der Vermarktung eigener Erzeugnisse bestehen dagegen größere finanzielle Spielräume, die es ermöglichen, Servicekosten aus der größeren Gewinnspanne bei der Vermarktung der Eigenproduktion gegenüber der Vermarktung dieser Produkte über den ökologischen Großhandel zu finanzieren. Aus diesem Zusammenhang ergibt sich, dass Produkte in Gemüseabonnements kaum preislich günstiger angeboten werden (können), als vergleichbare Produkte im Naturkosteinzelhandel.

In einem zweistündigen Expertengespräch mit der Anbieterin wurde erhoben, mit welchen Wirkungen die koordinierte Nutzung der Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ für ihren Betrieb verbunden ist. Wichtige Fragestellungen waren die Betriebsorganisation des Unternehmens sowie die Frage, wie sich die Konzentration von mehreren KundInnen in einem Wohngebiet auf ihr Unternehmen auswirken und welche weiteren Besonderheiten sich in der Geschäftsbeziehung mit den BewohnerInnen in der „Bremer Höhe“ ergeben haben. Ein wesentliches Thema in diesem Gespräch war der Verzicht auf Liefergebühren ab fünf Bestellungen aus dem Kreis der „Bremer Höhe“-BewohnerInnen, sowie der Umgang mit der von den KundInnen in der „Bremer Höhe“ geäußerten Präferenz ausschließlich regionale Produkte geliefert zu bekommen.

6.2.7.1 Verzicht auf Liefergebühren – wirtschaftlich schwer tragbar

Wöchentlich werden zehn KundInnen in der „Bremer Höhe“ beliefert, der Preis, den die Anbieterin für die wöchentlichen Lieferungen einnimmt, beträgt für alle KundInnen zusammen genommen etwa 100 €, wobei sie aufgrund der Liefergebührenermäßigung für die KundInnen in der „Bremer Höhe“ auf eine Liefergebühr von 25 Euro verzichtet. Im Expertengespräch machte die Anbieterin deutlich, dass die Liefergebührenermäßigung sich für ihr Unternehmen nicht rechnet: „Leider ist es so, dass in der „Bremer Höhe“ hauptsächlich die kleinsten Kisten von 8 € bestellt werden, sie kaufen keine Zusatzprodukte, sondern nur diese kleinste Kiste, das ist eigentlich auch in Ordnung, aber dadurch dass die Liefergebühr weg

⁴⁵ Auch in der ökologischen Landwirtschaft besteht eine Arbeitsteilung, bei der sich bestimmte Betriebe auf den Anbau von Kulturen spezialisieren. Gemüseabonnements werden sowohl von den KundInnen als auch von den AnbieterInnen mit dem Anspruch verbunden, ein möglichst abwechslungsreiches Sortiment an Gemüse abzudecken. In den beiden genauer untersuchten Betrieben wurden im Jahr 1998 sechzig bis siebenzig verschiedenen Gemüsesorten ausgeliefert.

fällt und ich von dem Geld, das ich bekomme, auch noch den Fahrer bezahle und dann noch das Benzin des Autos, bleibt für mich fast nichts mehr übrig.“ (Anbieterin im April 2004)

Anders als in den Vorüberlegungen vermutet, wohnen alle KundInnen in anderen Aufgängen und in keinem Haus wird mehr als ein Kunde beliefert. Die Wege zwischen den Hausaufgängen betragen zwischen 90 und 250 Meter, wobei der Fahrer aufgrund der Parkplatzproblematik und den engen Straßen in der „Bremer Höhe“ alle zehn KundInnen von einem Parkplatz aus beliefert. Zudem wohnen die KundInnen zumeist in den oberen Etagen, sodass die Belieferung sich dadurch für den Fahrer noch zusätzlich aufwändig gestaltet. Die Arbeitsbedingungen für den Fahrer sind in dieser Konstellation gegenüber einzelnen Belieferungen eher schwerer, da die Produkte über weitere Wege vom Auto zu den verschiedenen Hausaufgängen getragen werden müssen. Von einem Fahrer berichtete die Anbieterin, dass dieser die Autofahrten zwischen zwei KundInnen für sich eher als Erholung ansieht, während die Belieferung an zehn KundInnen von einem Parkplatz aus, für ihn eine größere Belastung darstellt: „Wir hatten vorher einen Fahrer (...) für den war das die totale Qual, der meinte zu mir, du hast es jetzt gut mit deiner „Bremer Höhe“, aber ich muss - weißt du wie hart das ist - ich kann mich nicht zwischendurch ins Auto setzen und mein Rücken kann sich nicht zwischendurch entspannen, ich muss echt ein Haus nach dem anderen hoch rennen, in den 4. Stock mit deinen schweren Kisten. Der war echt ziemlich frustriert, also fürs Auto und für die Fahrt hat es sich verbessert, aber für den Fahrer ist es doch mal angenehm sich zwischendurch mal wieder hin zu setzen, anstatt eine Kiste nach der anderen auszuliefern und jedes Mal dafür die Treppen hoch zu rennen.“ (Anbieterin im April 2004)

Um die Belieferung für sich ökonomischer zu gestalten dachte die Anbieterin daran, mit dem in der „Bremer Höhe“ neu eingerichteten Concierge-Dienst zusammenzuarbeiten. Es gab Überlegungen die Räumlichkeiten des Concierge als Sammelstelle zu nutzen, von der ihre KundInnen sich ihre Lieferungen abholen können. Diese Überlegung verwarf sie aber wieder: „Natürlich machen die meisten das Abo, weil sie die Sachen hochgetragen bekommen, ansonsten könnten sie sich ja auch ihre Sachen in der Biocompany um die Ecke holen.“ (Anbieterin im April 2004) Gerne wäre sie mit dem in der „Bremer Höhe“ neu eingerichteten Concierge zu einer Vereinbarung gekommen, dass die MitarbeiterInnen der Concierge die Lieferungen den KundInnen zustellen. Zu einer solchen Regelung ist es bis zum Sommer 2004 aber noch nicht gekommen.

6.2.7.2 Präferenz Regionalität

Die starke Präferenz ihrer KundInnen für regional erzeugte Produkte wurde von der Anbieterin bestätigt. Sie verglich diese Präferenz mit den geäußerten Wünschen ihrer anderen KundInnen und traf die Feststellung, dass es sich hierbei um eine Besonderheit handelt, die von ihren anderen KundInnen nicht so stark geäußert wird. Die Anbieterin beschreibt es in der Zeit des Vorfrühlings als Gratwanderung, den Ansprüchen einer regionalen Zusammenstellung zu entsprechen und dennoch eine ansprechende Produktzusammenstellung zu gewährleisten, die über mehrere Wochen hinweg abwechslungsreich bleibt. Nach Einschätzung der Anbieterin ist der Wunsch ihrer KundInnen in der „Bremer Höhe“ nur regionale Produkte zu bekommen (auch) Folge der Kommunikation, die zwischen ihr und den KundInnen bei der Informationsveranstaltung und bei dem Sommerfest in der „Bremer Höhe“ stattfand. Bei diesen direkten Kontakten hatte sie ihren Anspruch, vorrangig regionale und eigene Produkte vermarkten zu wollen, stark in den Vordergrund gestellt: „Dass die „Bremer

Höhe“-Kunden auf Regionalität der Produkte pochen, hab’ ich mir auch selber zu verdanken, ganz ehrlich, ich mache mir selbst das Leben schwer, weil ich auf diesem Fest gesagt habe, dass mein Ziel ist, regionale Produkte zu vermarkten. Und die Kunden wollen dann auch regionale Produkte, die wollen dann keine Orangen.“ (Anbieterin im April 2004).

Die Erfahrungen mit dem koordinierten Gemüseabonnement in der „Bremer Höhe“ zeigen, dass im direkten Kontakt zwischen AnbieterInnen und NutzerInnen Potenziale liegen Angebote bedarfsgerecht auszugestalten. Gleichzeitig besteht die Schwierigkeit, den KundInnen die komplexen Zusammenhänge zu vermitteln, der die Betriebsorganisation eines Gemüseabonnementbetriebes unterliegt und die es zeitweise erfordert, Produkte zuzukaufen, um die Direktvermarktung der eigenen Produktion zu stützen. Themen der Kommunikation sollten die Arbeitsbedingungen des Betriebes sein. Eine wichtige Information für die NutzerInnen stellt auch die ökologische Bedeutung von Importen aus ökologischem Landbau dar. Hier ist allerdings die Frage, ob die AnbieterInnen von ökologischen Gemüseabonnements diese Thematik überzeugend kommunizieren können, oder ob diese Aufgabe nicht besser von anderen AkteurInnen übernommen werden sollten, die nicht in einer Handelsbeziehung zu den NutzerInnen stehen. Die Kommunikation der Vorteile regionaler Produkte z.B. durch Umweltverbände sollte an dieser Stelle differenzierter sein, als sie heute ist.

6.2.7.3 Bewertung der Situation durch die Anbieterin

Obwohl sie keine ökonomischen Vorteile für sich aus der koordinierten Belieferung in der „Bremer Höhe“ ableiten kann, bewertet die Anbieterin das Angebot für sich als lohnenswert. Sie verbindet mit dem Angebot das Ziel ihren Betrieb bekannter zu machen und auf diese Weise langfristig neue KundInnen zu gewinnen. Mit der „Bremer Höhe“ fühlt sie sich zudem persönlich verbunden, weil sie selbst in der Nähe der „Bremer Höhe“ aufgewachsen ist, dies hat eine hohe emotionale Bedeutung für sie. Über persönliche Kontakte am Telefon und bei anderen Kontakten fühlt sie sich auch ihren KundInnen verbunden. Die Teilnahme am Sommerfest in der „Bremer Höhe“, bei dem sie neue KundInnen gewonnen hat und auch einen persönlichen Bezug zu ihren KundInnen aufbauen konnte, fand sie lohnenswert und es hat ihr Spaß gemacht, „nicht vom finanziellen her, aber einfach so hat es sich gelohnt, auf jeden Fall.“ (Anbieterin im April 2004) Am Frühlingsfest in der „Bremer Höhe“, das für Mai 2004 geplant war, konnte sie wegen der hohen Arbeitsbelastung in ihrem Betrieb jedoch nicht teilnehmen.

6.2.8 Zwischenfazit

In der „Bremer Höhe“ nutzt ein verhältnismäßig großer Anteil der BewohnerInnen das Angebot des koordinierten Bezugs von ökologischen Gemüseabonnements. Die Zahl der NutzerInnen von zwölf Haushalten in der „Bremer Höhe“ ist als hoch einzuschätzen. Dies ist vermutlich Folge davon, dass Haushalte mit Lebensstilen, die dem Konsum ökologischer Lebensmittel prinzipiell offen gegenüberstehen, in der „Bremer Höhe“ vergleichsweise häufig vertreten sind. Zudem ist die große Zahl der Bestellungen Folge des Zusammenwirkens von vorhandenem Interesse und handlungsorientierter Information im Wohnumfeld, mit der es gelungen ist, an Gemüseabonnements Interessierten die Umsetzung ihres schon zuvor vorhandenen Interesses zu erleichtern.

Auch in der „Bremer Höhe“ werden Gemüseabonnements vor allem von Haushalten mit Kin-

dem genutzt. In der „Bremer Höhe“ leben viele Familienhaushalte, dieser Umstand gibt der Anbieterin gute Voraussetzungen für die Gewinnung von KundInnen. Die Zusammenschau auf die Aussagen der NutzerInnen und Nicht-NutzerInnen von Gemüseabonnements zeigt, dass für die Bestellung eine Reihe von Faktoren bedeutsam sind, die von dem wohnumfeldbezogenen Angebot der koordinierten Nutzung unabhängig sind (vgl. 6.2.6) und die vor allem davon abhängen, ob ein grundsätzliches Interesse an ökologischen Lebensmitteln besteht.

Die konkreten Nutzungserfahrungen werden nicht davon beeinflusst, dass es eine Vereinbarung mit der Anbieterin über den koordinierten Bezug und die Ermäßigung bzw. Erlassung von Liefergebühren gibt. Die koordinierte Nutzung des Gemüseabonnements wirkt sich allein durch die Höhe der Kosten für die Liefergebühren auf die einzelnen Haushalte aus, da die Aufgaben, die mit der Koordination verbunden sind, allein bei der Anbieterin liegen. Die Nutzung der Gemüseabonnements selbst unterliegt individuellen Entscheidungen und Rahmenbedingungen der einzelnen privaten Haushalte.

Eine Besonderheit, die sich in der „Bremer Höhe“ gezeigt hat, ist die starke Präferenz der NutzerInnen für regional erzeugte Produkte. Dies ist vermutlich Ergebnis der Kommunikation zwischen Anbieterin und NutzerInnen bei einem Informationsabend und bei einem Hoffest. Bei diesen Kontakten - die daraus resultieren, dass die Anbieterin sich durch die Vermittlung durch das Forschungsvorhaben zu einem verstärkten Engagement in diesem Wohngebiet entschlossen hat - hatte die Anbieterin ihr Anliegen vor allem regionale Produkte vermarkten zu wollen stark in den Vordergrund gestellt. Dies bereitet ihr in der konkreten Gestaltung der Lieferungen im Frühjahr jedoch Probleme, aufgrund der starken Priorität ihrer KundInnen in der „Bremer Höhe“ für ausschließlich regionale Erzeugnisse, kann sie die Lieferungen nicht mit importierten Produkten ergänzen, wenn das regionale Angebot begrenzt ist und gerät damit in die Gefahr, KundInnen zu verlieren, weil die Zusammenstellungen zeitweise eintönig sind. In diesem Zusammenhang wäre es gut, zu kommunizieren, dass der Zukauf von importierten Produkten den Betrieb dadurch stärkt, dass die Vermarktung der eigenen Produkte gestützt wird und den NutzerInnen ein vielfältiges Angebot über das ganze Jahr hinweg gewährleistet. Von Bedeutung ist die Information, dass über das gesamte Jahr hinweg, der überwiegende Anteil der vermarkteten Produkte aus regionaler Erzeugung stammt.

Eher ungünstig für den Betrieb ist, dass im Umfeld der Wohnanlage der „Bremer Höhe“ eine gute Infrastruktur für den Bezug von ökologischen Lebensmitteln vorhanden ist. Vermutlich aus diesem Grund verzichten die Haushalte weitgehend auf die Belieferung mit anderen ökologischen Lebensmitteln und bestellen insgesamt wenig, sodass der Umsatz der Anbieterin in der „Bremer Höhe“ vergleichsweise gering ist. Daraus ergibt sich auch, dass für den Anbieterbetrieb der Verzicht auf Liefergebühren mit ökonomischen Belastungen verbunden ist. Zudem hat sich der Aufwand für die Zustellungen der Abonnements durch die Häufung von KundInnen in einem Wohngebiet nur unwesentlich reduziert. Eine Win-Win-Situation, in der die KundInnen Kosten einsparen und das Anbieterunternehmen durch die Gewinnung neuer KundInnen und eine Reduzierung des Aufwandes bei der Belieferung profitiert, konnte somit unter den konkreten Bedingungen in der „Bremer Höhe“ nicht realisiert werden.

6.3 Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Biolieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“

6.3.1 Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung

Im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ wurde die Initiierung von Maßnahmen und die Untersuchung der Inanspruchnahme von ökologischen Dienstleistungen und Gemeinschaftsnutzungsmöglichkeiten voneinander entkoppelt. Daher bezogen sich die Befragungen zur Nutzung und Nicht-Nutzung auf die bereits im Frauenwohnprojekt etablierte Inanspruchnahme eines Biolieferdienstes. Dieser wird von einigen der Bewohnerinnen bereits seit einigen Jahren genutzt.

Es handelt sich um ein kleines Unternehmen, das das gesamte Spektrum von ökologischen Lebensmitteln anbietet und an die Wohnungstür bringt. Der Familienbetrieb betreibt landwirtschaftliche Produktion nur im kleinen Rahmen für den Eigenbedarf und hat als zusätzliche Einnahmenquelle den Lieferdienst für ökologische Produkte aufgebaut, der im Wesentlichen KundInnen in Berlin beliefert. Obst und Gemüse kann von den NutzerInnen nach ihren Bedürfnissen bestellt werden, prinzipiell besteht auch die Möglichkeit ein Gemüseabonnement zu beziehen, dies wird aber generell von den KundInnen dieses Unternehmens nur sehr selten in Anspruch genommen. Es gibt keine Mindestbestellmengen und keine Liefergebühren, für KundInnen, die einzeln beliefert werden, wird um eine Mindestbestellmenge von 15 € gebeten. Der Anbieter plant seine Liefertour so, dass er seine KundInnen bei der Lieferung möglichst antrifft, dazu berücksichtigt er zeitliche Wünsche der KundInnen und nimmt gegebenenfalls Mehrfachwege in Kauf. Die Produkte werden bei der Lieferung bar bezahlt, eine Möglichkeit zur Überweisung der Rechnungen bzw. des Bankeinzuges, wie es bei anderen Betrieben üblich ist, gibt es bei dem Anbieter nicht. Zusätzlich zur Belieferung übernimmt er bei kranken oder behinderten KundInnen das Einräumen der gelieferten Waren zur Vorratshaltung. Eine ausführlichere Beschreibung des Unternehmens findet sich in Kapitel 6.3.7.

Bei der Untersuchung der Nutzung des Biolieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“ wurden folgende Fragestellungen untersucht:

- Welche Haushalte nutzen den Biolieferdienst? (6.3.2)
Welche Motive haben die Haushalte für die Nutzung? Welche Anlässe waren entscheidend mit der Nutzung zu beginnen? (6.3.4)
- Welche Nutzungsmuster sind bei den NutzerInnen des Biolieferdienstes zu erkennen, in welchem Umfang wird das Angebot genutzt (Umfang und Art der Bestellungen)? Wie ist die Ernährungsversorgung in den Haushalten der Nutzerinnen organisiert, welche Bedeutung hat dabei der Biolieferdienst? (6.3.5)
- Welche Hemmnisse und Potenziale bestehen für die Nutzung von Biolieferdiensten? (6.3.6)
- Wie ist das Anbieterunternehmen strukturiert, welche Erfahrungen hat der Anbieter mit dem Angebot gemacht? (6.3.7)

6.3.2 Charakterisierung des Samples

Die wesentlichen Erhebungsschritte zur Untersuchung der Nutzung, ihrer Hemmnisse und Potenziale waren die zweite schriftliche Befragung, die im Juli 2003 stattfand, und die qualitativen Interviews, die zwischen September 2003 und März 2004 durchgeführt wurden.

Im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ befinden sich insgesamt 26 Wohnungen, in denen allein erziehende Frauen mit ihren Kindern und ältere allein lebende Frauen leben können. In der ersten Bewohnerinnenbefragung im Frühjahr 2002 wurden 23 der damals 26 im Wohnprojekt lebenden Bewohnerinnen befragt. Die Analyse der Daten ergab, dass knapp 40 % der befragten Bewohnerinnen allein erziehende Mütter sind, 17 % allein lebende Frauen, die jünger als 60 Jahre sind, und 43 % allein lebende Frauen, die 60 Jahre und älter sind.

Zum Zeitpunkt der zweiten schriftlichen Befragung (Sommer 2003) lebten in Folge von Fluktuationen im Wohnprojekt 22 Bewohnerinnen im Wohnprojekt „Offensives Altern“⁴⁶, an der Befragung beteiligten sich 16 Bewohnerinnen, damit liegt der Rücklauf bei 73 %.

Von den 16 Bewohnerinnen, die sich an der zweiten schriftlichen Befragung beteiligt hatten, bestellen fünf wöchentlich Produkte beim Lieferdienst. Die Lieferbeziehungen sind von großer Kontinuität: Vier der fünf Bewohnerinnen bestellten zum Zeitpunkt der Befragung bereits seit mindestens drei Jahren, eine seit ca. einem halben Jahr.

In der dritten Befragung wurden mit sieben Bewohnerinnen qualitative Interviews zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Biolieferdienstes geführt, es handelte sich um alle fünf Nutzerinnen und zusätzlich zwei Nicht-Nutzerinnen. Letztere wurden geführt, um Gründe zu erfahren, warum sie sich nicht an dem Biolieferdienst beteiligen. Es wurden zwei Interviewpartnerinnen ausgewählt, von denen aus den vorherigen Befragungen und Kontakten im Rahmen der Projektarbeit bekannt war, dass sie ein prinzipielles Interesse an der Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln haben. Auf Interviews mit den im Wohnprojekt lebenden älteren Bewohnerinnen wurde verzichtet, weil bei vorangegangenen Kontakten und Gesprächen schon deutlich geworden war, dass sie die Versorgung mit ökologischen Produkten für sich - vor allem aus Kostengründen - nicht in Betracht ziehen und deshalb auch den Lieferdienst nicht nutzen. Bei den beiden Interviewpartnerinnen, die den Lieferdienst nicht nutzen, handelt es sich um eine allein erziehende Mutter, die ökologische Lebensmittel sporadisch nutzt, und eine allein lebende Frau mittleren Alters, die großen Wert auf die Versorgung mit ökologisch erzeugten Produkten legt, den Biolieferdienst aber nicht in Anspruch nimmt.

6.3.3 Charakterisierung der Nutzergruppe

Anhand der Ergebnisse der Befragungen wird deutlich, dass Hauptnutzerinnen des Biolieferdienstes allein erziehende Mütter (vier der fünf Nutzerinnen) sind. Die fünfte ist eine ältere allein lebende Frau in einer besonderen Situation: Sie ist schwer gehbehindert und kann ihre Einkäufe nicht mehr selbständig erledigen.

⁴⁶ Zwei Bewohnerinnen waren zu diesem Zeitpunkt bereits ausgezogen und die Bewohnerinnen des Wohnprojektes suchten mehrere Monate lang Nachfolgerinnen, zwei weitere Bewohnerinnen zogen zum Zeitpunkt der Befragung gerade aus dem Wohnprojekt aus.

Tabelle 11 Verteilung der befragten NutzerInnen des Biolieferdienstes auf die Haushaltstypen

Haushaltstyp	Anzahl der NutzerInnen des Biolieferdienstes
Allein erziehende Frauen (Haushaltstyp III)	4
Ältere finanziell schlecht gestellte allein Lebende (überwiegend Frauen) (Haushaltstyp II)	1
Summe	5

6.3.4 Motive und Anlässe zur Nutzung des Angebotes „Ökologischer Lieferdienst“

6.3.4.1 Motive

Nach Bezug des Hauses in Stadtrandlage durch das Wohnprojekt „Offensives Altern“ im Mai 1999 stellte sich die Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln als Problem heraus. Einige der Bewohnerinnen ernähren sich zum Teil schon seit mehreren Jahrzehnten mit ökologischen Lebensmitteln und wollten dies nach dem Umzug an den Berliner Stadtrand weiterführen. Deshalb war der Ausgangspunkt für die Nutzung des Lieferdienstes vor allem das hohe Interesse der Bewohnerinnen an ökologischen Lebensmitteln und ihr Wunsch ihre zum Teil schon seit vielen Jahren praktizierte Nutzung von ökologischen Lebensmitteln fortzusetzen. Im Vordergrund stand bei der Entscheidung den Biolieferdienst die Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln, die im Umfeld des Wohnprojektes schwer zu gewährleisten ist. Das zentrale Merkmal des Lieferdienstes, dass Lebensmittel vor die Tür zugestellt werden, stand bei der Entscheidung für eine regelmäßige Bestellung nur bei der Frau im Vordergrund, die aufgrund ihrer Gehbehinderung den Vorteil der eigenständigen Versorgung durch den Bringedienst in die Wohnung schätzt. Für die anderen Bewohnerinnen ist die Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln entscheidender, die sie zu diesem Zeitpunkt in ihrem unmittelbaren Wohnumfeld nicht einkaufen konnten.

Die Versorgungssituation hat sich durch die Ausweitung des Angebotes an ökologischen Lebensmitteln im örtlichen Supermarkt in den vergangenen drei Jahren etwas verbessert.

Im Verlauf der Erfahrungen mit dem Lieferservice und im Kontakt mit dem Anbieter haben sich Motive zur Weiternutzung des Angebotes entwickelt, die sich zum einen aus der konkreten Erfahrung in der Alltagsorganisation ergeben, zum anderen aus dem Kontakt zur Person des Anbieters und der Entwicklung einer auch persönlich geprägten Beziehung. Als bezeichnend für die persönliche Beziehung ist zu nennen, dass alle Nutzerinnen mit denen gesprochen wurde, den Anbieter beim Vornamen nennen, während ihnen der Name des Unternehmens zum Teil nicht bekannt ist. Für die Beibehaltung des Angebotes trotz der zunehmenden Bioangebote im Supermarkt sind Motivallianzen wichtig, in denen sich verschiedene Aspekte zusammenfinden: „Das ist natürlich hier nur 'nen Minibioladen, an dem ich aber nicht vorbeikomme, also da müsste ich auch 'nen extra Weg machen, einen Umweg machen. Deswegen kauf' ich's bei ihm. Dann hab ich auch mittlerweile das Gefühl, dass Jan das auch braucht, also ich unterstütze solche andere Formen der Marktwirtschaft ganz gern. Denn seit einiger Zeit gibt's im Supermarkt auch Biomilch und wenn er zum Beispiel nicht liefert, weil zu wenig los ist, dann hab' ich schon auch im Supermarkt gekauft.“

Dort gibt's inzwischen auch Biokäse und Biowurst. Ansonsten sieht's natürlich nicht so gut aus in der Gegend hier. Nun, wenn ich auf der Arbeit bin, da gibt's in der Nähe 'nen Biofleischer, das mache ich dann manchmal. Weil Fleisch hat er (der Anbieter, d.V.) ja eh nicht. Und dann mach' ich halt so 'ne Mischkalkulation, weil's ja auch bisschen teurer ist.“ (IOA15/44)

Das wechselseitige Vertrauen in der Handelsbeziehung und die individuelle Betreuung, bei der der Anbieter auf Vorlieben und Abneigungen eingeht, Angebote bei der Übergabe der Lebensmittel macht oder beim Vergessen von Bestellungen auch telefonisch nachfragt, wurden in den Interviews durchgängig als sehr positiv hervorgehoben und als eigene Qualität der Beziehung zu dem Anbieter beschrieben und als Motiv benannt, weiterhin Kundin bei diesem Anbieter zu bleiben.

6.3.4.2 Anlass zur Nutzung des Biolieferdienstes

Auf der Suche nach Lösungen für die schwierige Versorgungssituation mit ökologischen Lebensmitteln fand eine der Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ eine Anzeige des Biolieferdienstes in einer Stadtzeitung, die sie an das „Schwarze Brett“ im Hausflur hängte. Die erste Nutzerin war die ältere Frau, die diese Information aufgriff und Kontakt zu dem Anbieter aufnahm: „Ja, einmal weil ich sehr schlecht gehen kann, durch diese Behinderung. Eine Frau hatte eine Anzeige gelesen und die hatte vorne einen Anschlag gemacht mit dieser Gemüse- und Lebensmittelliste und da hab' ich gedacht, das klingt ja alles sehr interessant, also das könnten wir ja eigentlich mal machen. Und da hab ich dann angerufen und hab' gefragt, ob er eventuell probeweise auch erst mal zu einer nur kommen würde. Ich würde mich dafür interessieren und das mal ausprobieren. Hat er gemeint, ja, obwohl wir hier in Buckow leben. Ich hab ihm gesagt, wir sind hier ne' Gemeinschaft, es könnte sein, dass sich da noch andere dran beteiligen wollen. Und so fing das an, also.“ (IOA4/2)

Entscheidend für ihren Entschluss das Angebot auszuprobieren war, dass die Belieferung kostenfrei war. Der Anbieter belieferte für kurze Zeit nur diese eine Kundin, bot aber auch vor dem Haus ökologische Lebensmittel von seinem als Verkaufswagen ausgebauten Lieferfahrzeug an. Nach und nach nutzten weitere Bewohnerinnen aus dem „Offensiven Altern“ den Lieferdienst und bestellten Produkte, die ihnen dann auch bis vor die Wohnungstür geliefert wurden. Erst auf konkrete Nachfrage durch seine KundInnen nahm der Anbieter frische Produkte, Obst und Gemüse in sein Angebot auf.

Bei der Entwicklung des Lieferdienstes zeigt sich, dass das Wohnumfeld für die Vermittlung von handlungsorientierten Informationen gut geeignet ist. Der Informationsaustausch in dem Wohnprojekt ist aufgrund der Projektstruktur gut. Es existieren z.B. Infobretter, die den Bewohnerinnen gut zugänglich sind, zudem bestehen zwischen den Bewohnerinnen vielfältige Kontakte, die dazu führen, dass auch gegenseitig Hinweise zur Haushaltsführung ausgetauscht werden.

Es zeigt sich weiter, dass ein unmittelbarer Kontakt zwischen Anbieter und NutzerInnen dazu führen kann, dass Angebote passgenau auf die Bedürfnisse von NutzerInnen zugeschnitten werden können, wenn beim anbietenden Unternehmen die Bereitschaft und Möglichkeit zu Kommunikation und Flexibilität vorhanden sind.

6.3.5 Nutzungsmuster

6.3.5.1 Umfang der Bestellungen

Alle fünf Bewohnerinnen, die beim Biolieferdienst bestellen, wählen wöchentlich die Produkte aus, die sie jeweils bekommen möchten. Hinsichtlich der bestellten Produkte unterscheiden sich die Lieferungen wesentlich von Gemüseabos, dabei zeigen sich im Hinblick auf die Zusammensetzung der Bestellung zwei Nutzungsmuster:

- Die einzige ältere Frau unter den Bestellerinnen bezieht den überwiegenden Teil ihres Lebensmittelbedarfes aus allen Produktgruppen bei dem Biolieferdienst. Dabei spielt neben ihrem Interesse an Ökoprodukten eine wesentliche Rolle, dass die Organisation der Lebensmittelversorgung ohne Lieferdienst für sie aufgrund einer Gehbehinderung mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden ist.
- Die allein erziehenden Mütter beziehen den überwiegenden Teil ihres Bedarfes an Eiern und Milchprodukten bei dem Biolieferdienst, während sie in anderen Produktgruppen (z.B. Obst, Gemüse, Getreideprodukte, Brot, Nudeln, Getränke) nur einen Teil ihres Bedarfes decken.

Die Schwerpunkte der Bestellungen setzen sich wie folgt zusammen:

- Milchprodukte: Die Bewohnerinnen beziehen fast alle drei Liter Milch pro Woche sowie andere Milchprodukte (z.B. Joghurt, Butter und Ziegenkäse⁴⁷) aus ökologischem Landbau, eine allein erziehende Mutter mit drei Kindern bekommt wöchentlich sieben Liter Milch geliefert. Insgesamt werden von den Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ im Jahr ca. 850 Liter Milch, 150 kg Joghurt und 25 kg Ziegenkäse bezogen.
- Eier: Die vom Lieferdienst verkauften Eier stammen in der Regel nicht aus ökologischer Landwirtschaft, sondern werden von Nachbarn des Anbieters für den Lieferdienst von frei laufenden Hühnern produziert.⁴⁸ Nur wenn deren Produktion nicht ausreicht, kauft der Anbieter Eier aus ökologischer Erzeugung für seinen Lieferdienst zu. Die Bewohnerinnen kaufen im Jahr ca. 1800 Eier.
- Gemüse und Obst: Gemüse und Obst wird in unterschiedlichem Maße und auf konkrete Bestellungen gekauft, die von den Interviewpartnerinnen genannten Mengen liegen zwischen zwei und acht Kilogramm Gemüse, Obst und Kartoffeln pro Woche. Zusammengenommen beziehen die Bewohnerinnen jährlich etwa 900 kg Obst und Gemüse.
- Andere Naturwaren: Müsli, getrocknete Früchte und Nüsse, Nudeln, Reis, Brot werden in eher kleinen Mengen bezogen, lediglich die ältere Nutzerin bezieht ihren gesamten Bedarf von dem Anbieter. Abgeschätzt beziehen die Bewohnerinnen etwa 180 kg Naturkostwaren und 90 kg Brot im Jahr.

⁴⁷ Der Ziegenkäse wird vom Anbieterunternehmen selbst produziert, die Ziegen leben in extensiver Haltung, die Produkte sind nicht nach Kriterien des „kontrolliert ökologischen Anbau“ zertifiziert, der Anbieter kommuniziert dies an seine KundInnen, die wissen unter welchen Bedingungen die unterschiedlichen Lebensmittel erzeugt werden.

⁴⁸ Der Anbieter kommuniziert dies an seine KundInnen, die wissen unter welchen Bedingungen die unterschiedlichen Lebensmittel erzeugt werden.

- Getränke: Bezogen wird von den Nutzerinnen im „Offensiven Altern“ vor allem der vom Anbieter selbst erzeugte Apfelsaft aus Streuobstwiesen, die extensiv bewirtschaftet werden. Der Anbau ist nicht nach Kriterien des ökologischen Landbau zertifiziert.⁴⁸ Die ältere Frau bezieht auch ihren gesamten Mineralwasserbedarf von dem Unternehmen. Insgesamt beziehen die Bewohnerinnen etwa 1500 Liter unterschiedliche Getränke pro Jahr.

Der Umfang der Gemüsebestellungen der Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ entspricht in etwa der Menge, die über Gemüseabonnements in die „Bremer Höhe“ geliefert werden. Die Art der gelieferten Produkte ist nicht zu bestimmen, da die Bewohnerinnen keine regelmäßigen Abonnements beziehen, sondern wöchentlich nach dem jeweiligen Bedarf Produkte beim Lieferdienst bestellen. Die Bewohnerinnen beziehen ein deutlich breiteres Spektrum an ökologischen Lebensmitteln von ihrem Lieferdienst als die KundInnen in der „Bremer Höhe“, wobei Milch und Milchprodukte einen Schwerpunkt darstellen.

6.3.5.2 Menge der konsumierten Lebensmittel aus ökologischem Landbau - Einfluss des Lieferdienstes und anderer Rahmenbedingungen

Bei der Befragung der fünf Nutzerinnen des ökologischen Lieferdienstes haben sich verschiedene Faktoren gezeigt, die Einfluss auf den Umfang der Bestellungen haben. Wichtig ist die Höhe der Priorität, die der Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln jeweils individuell beigemessen wird. Die Prioritätensetzung erfolgt weitgehend unabhängig von der Höhe der Einkommen. So realisiert eine der Nutzerinnen eine fast vollständige Versorgung ihrer Familie, obwohl sie über ein vergleichsweise niedriges Haushaltseinkommen verfügt. Die einfache Zugänglichkeit der Produkte durch die Belieferung führt zu einer kontinuierlicheren Nutzung von ökologischen Produkten bei Haushalten, in der die Priorität nicht ganz so hoch angesetzt wird. In diesen Haushalten würde ein höherer Aufwand eher nicht in Kauf genommen werden, um eine Versorgung mit ökologischen Produkten zu gewährleisten.

Der Lieferdienst hat vermutlich außer bei der behinderten Frau, die im Interview äußerte, dass sie ohne den Lieferdienst vermutlich mehr Fleisch und Süßigkeiten essen würde, keinen wesentlichen Einfluss auf die Art der konsumierten Lebensmittel, da sie bereits seit vielen Jahren eine Ernährung praktizieren, die auf der Verwendung von frischen und ökologisch erzeugten Lebensmitteln basiert. Dies stellt einen Unterschied zur Nutzung der Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ dar, die NutzerInnen dort essen durch das Abonnement mehr frisches, unverarbeitetes Gemüse und auch mehr Produkte aus ökologischem Landbau.

In den Interviews zeigte sich, dass der Einfluss des Lieferdienstes auf den Konsum von ökologischen Lebensmitteln unterschiedlich groß ist: Zwei Bewohnerinnen nutzen schon seit vielen Jahren Ökoprodukte und haben einen Ernährungsstil entwickelt, den sie mit und ohne Lieferservice in ähnlicher Weise realisieren würden, sodass sie ihren Bedarf auch ohne Lieferservice auf andere Weise mit ökologischen Produkten im gleichen Umfang decken würden. Im Haushalt der oben genannten Frau stammen etwa 90 % aller benötigten Lebensmittel aus ökologischem Landbau. Sie setzt die Priorität, sich und ihre Kinder mit ökologisch erzeugten Produkten zu ernähren, sehr hoch. Um eine fast vollständige Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln finanzieren zu können, wirtschaftet die halbtags berufstätige, allein erziehende Frau mit drei Kindern in anderen Bereichen der

Haushaltsführung und auch bei der Auswahl der ökologischen Lebensmittel sehr sparsam. So verzichtet die Familie nach einer Absprache bei einer „Familienkonferenz“ beispielsweise auf den Kauf von Saft und nutzt als Getränke Leitungswasser und Tee. In dem Haushalt der anderen Interviewpartnerin liegt der Anteil der ökologisch erzeugten Lebensmittel bei etwa 30 %. „Sagen wir mal dreißig Prozent, weil sonst wird es mir zu teuer. Die meisten Sachen sind mir einfach zu teuer. Das ist aber schon immer so. Das ist jetzt bei mir konstant.“ (IOA8/32 - 35) In beiden Fällen hat der Liefersdienst keinen Einfluss auf die Menge der verwendeten ökologischen Produkte.

Zwei andere Nutzerinnen machten in den Interviews deutlich, dass sie wegen des Liefersdienstes etwas kontinuierlicher Ökoprodukte verwenden, sie würden solche Produkte ansonsten in Supermärkten oder Bioläden in etwas geringerem Maße kaufen, wobei sie sich je nach Verfügbarkeit für konventionell erzeugte oder für ökologisch erzeugte Lebensmittel entscheiden würden. Es kommt auch vor, dass sie ökologische Lebensmittel beim Bioliefersdienst bestellen, die sie ohne die stattfindende regelmäßige Inanspruchnahme des Liefersdienstes nicht in Ökoqualität einkaufen würden.

Die schwer gehbehinderte Frau würde sich ohne den Dienst vermutlich eher mit konventionellen Produkten versorgen (lassen) und wäre vermutlich auf ein Angebot von „Essen auf Rädern“ oder ähnliches angewiesen.

In den Interviews mit den allein erziehenden Nutzerinnen des Liefersdienstes wurde deutlich, dass die Prioritätensetzung bei bestimmten Produktgruppen (vor allem Eier und Milch) zum Teil aus finanziellen Erwägungen erfolgt, da ihnen eine Ernährung mit Ökoprodukten in allen Produktbereichen zu teuer wäre. Eine Frau explizierte dabei, dass ihr insbesondere wegen der Kinder die regelmäßige Versorgung mit ökologisch erzeugter Milch besonders wichtig sei.

Bedeutsam ist auch die Praktikabilität und die Möglichkeit den Einkauf mit den Alltagsrhythmen zu verbinden, hier spielt eine wichtige Rolle, ob in der ohnehin aufgesuchten Einkaufsstätte ökologische Lebensmittel angeboten werden oder nicht bzw. ob es ohne größeren Mehraufwand möglich ist, auf den alltäglich zurückgelegten Wegen Bioprodukte einzukaufen. Dies ist je nach Alltagsorganisation der Bewohnerinnen unterschiedlich. Während eine täglich an einem Naturkostladen vorbeikommt, weil dieser unmittelbar neben der Schule ihres Sohnes gelegen ist und sie es für sich als unaufwändig einschätzt Lebensmittel dort einzukaufen, sind für andere Bewohnerinnen zusätzliche Wege erforderlich. Solche zusätzlichen Wege werden unter Zeitdruck eher nicht in Kauf genommen: „Ja, es würden vielleicht mehr Wege entstehen, wenn ich mal wieder Bioprodukte haben will. Ansonsten würde ich mich vielleicht gezwungenermaßen mehr auf Nicht-Bio beschränken, weil ich einfach nicht die Zeit habe, ständig irgendwo hinzufahren und Bioprodukte einzukaufen. Und ich hätte sehr viel mehr zu tragen. Also wirklich, das hält sehr auf.“ (IOA23/118)

In der alltäglichen Versorgung sind eine Vielzahl von Kriterien für die Entscheidung, ob ökologische Lebensmittel genutzt werden, von Bedeutung. Immer wieder genannt wurden finanzielle Gründe, wobei von den Nutzerinnen meist auf das eigene begrenzte Budget hingewiesen wurde, aus dem heraus die Notwendigkeit gesehen wird, beim Einkauf von ökologischen Lebensmitteln Prioritäten auf bestimmte Lebensmittelgruppen zu setzen. Keine der Interviewpartnerinnen bezeichnete die Preise für Produkte aus ökologischem Landbau als zu

hoch, die Gesprächspartnerinnen legten die Betonung in der Argumentation auf ihre beschränkten finanziellen Mittel. Dies unterscheidet sie von Menschen, die die höheren Produktpreise für ökologische Lebensmittel als ungerechtfertigt kritisieren (vgl. Kapitel 6.2.6.2). Die Preise des Anbieters werden als günstig eingeschätzt und wurden in den Gesprächen mit den Preisen im ökologischen Lebensmitteleinzelhandel verglichen.

Beim Kauf von Lebensmitteln im Naturkosthandel stehen preisliche Überlegungen stärker im Vordergrund als bei der Belieferung durch den Lieferdienst, sodass Produkte, die vom Lieferdienst bezogen werden, zu diesem Preis in einem Geschäft eher nicht gekauft würden. „Ohne ihn würde ich das auch versuchen, das so zu bekommen. Aber ich weiß nicht, ob ich's tun würde. Oder da würde ich halt vielleicht nicht immer die Bananen kaufen, weil die sind ja manchmal doch ganz schön teuer. Dadurch dass er sie aber bringt, da sage ich halt einfach schon so, jedes Mal das und das und das und das und denk da auch nicht immer über den Preis nach.“ (IOA23/98)

6.3.6 Potenziale und Hemmnisse

Wie beim koordinierten Bezug von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ sind mit der gemeinschaftlichen Nutzung des Biolieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“ für die einzelnen Nutzerinnen keine Einschränkungen verbunden. Auch hier übernimmt allein der Anbieter die koordinierenden Aufgaben. Die einzelnen Bewohnerinnen müssen sich untereinander nicht absprechen und geben ihre Bestellungen jeweils unabhängig voneinander beim Lieferdienst ab.

Die Nutzung des gleichen Lieferdienstes im Wohnprojekt bewirkt, dass die Informationen über das Angebot im Wohnprojekt leicht zugänglich sind, sodass auch Bewohnerinnen, die sich neu für eine Nutzung entscheiden, einen guten Zugang zu dem Angebot haben. Potenziale und Hemmnisse beziehen sich demzufolge im Wesentlichen auf die regelmäßige Nutzung eines Lieferdienstes und auf eine kontinuierliche Nutzung von ökologisch produzierten Lebensmitteln.

6.3.6.1 Stützung und Entlastung in der Alltagsorganisation

Für die berufstätigen allein erziehenden Mütter bedeutet der Biolieferdienst eine Entlastung, die ihnen die Alltagsorganisation der Ernährungsversorgung erleichtert. In den Interviews wurde die starke Serviceorientierung und die individuelle Betreuung durch den Anbieter, der seine KundInnen und ihre Bedürfnisse gut kennt, besonders betont.

Die Zusatzbelastungen, die aus der Nutzung einer nachhaltigeren Konsumalternative entstehen, werden durch die Dienstleistung des Anbieters in hohem Maße aufgefangen, insbesondere bei der schlechten Versorgungssituation am Stadtrand ist dies für die Stärkung des Konsums von ökologischen Lebensmitteln von großer Bedeutung.

Die starke Orientierung des Anbieters an den Bedürfnissen seiner KundInnen führt auch dazu, dass er versucht zusätzliche Aufwände, die aus der Nutzung des Biolieferdienstes selbst entstehen, wie die Einhaltung des Bestelltermins zu einem bestimmten Zeitpunkt, aufzufangen. Wenn seine KundInnen bis zum Abend, an dem die Produktbestellungen bei ihm eingegangen sein müssen, noch nicht angerufen haben, ruft er sie an, fragt nach Wünschen und erinnert sie auch daran, wenn sie etwas vergessen.

Die tatsächlichen Wirkungen hängen aber auch von der sonstigen Alltagsorganisation der Nutzerinnen und der Prioritätensetzung in der Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln ab. In den konkreten Beispielen wird die Nutzung ökologischer Produkte bei zwei Bewohnerinnen durch den Service gestärkt, eine dritte würde aufgrund ihrer hohen Priorisierung auf jeden Fall ökologische Lebensmittel beschaffen, auch wenn für sie damit ein erheblich höherer Aufwand verbunden wäre, die vierte Nutzerin schätzt ihre Situation so ein, dass sie aufgrund ihrer Alltagsorganisation mit geringem zusätzlichen Aufwand den gleichen Versorgungsgrad mit ökologischen Lebensmitteln erzielen könnte wie mit dem Lieferdienst.

Die ältere Frau, die zudem davon profitiert, dass der Anbieter ihr die Lebensmittel in der Wohnung einräumt, beschreibt die Beziehung, die sie zu dem Anbieter entwickelt hat: „Also, dass ich auch 'nen persönlichen Kontakt zu diesem Mann bekommen habe. Und auch mit der Frau. Also, die ist zwar nicht immer dabei, aber die leben in einer Gemeinschaft zusammen mit noch einem. Und das finde ich so sympathisch. Und dass der mir das immer hier in die Wohnung bringt. Schon auspackt, nicht einfach so die Kisten dahinstellt. Natürlich bin ich auch eine gute Kundin. Aber er ist eben auch, man wechselt 'nen paar Worte miteinander, und also dieser persönliche Bezug also, der gefällt mir eben auch. Und dass man auch sagen kann, also das hat mir nicht gefallen, das fand ich nicht so gut. Oder ..., dass er dann auch darauf eingeht.“ (IOA4/71 – 72) Das Beispiel der älteren gehbehinderten Frau zeigt, dass der ökologische Lieferdienst das Potenzial hat, die Selbständigkeit auch bei Krankheit und starken körperlichen Behinderungen zu bewahren. Für diese Frau bedeutet der Lieferdienst, der ihr die Lebensmittel nicht nur vor die Wohnungstür liefert, sondern auch in der Wohnung die Lebensmittel in Schränken und Kühlschrank verstaut, die Gewährleistung ihrer persönlichen Unabhängigkeit, die auf andere Weise nur schwer zu organisieren wäre.

6.3.6.2 Gründe für die Nicht-Nutzung

Mit fünf von 22 Bewohnerinnen wird der Lieferdienst mit fast 25 % von einem vergleichsweise hohen Anteil der Bewohnerinnen im Wohnprojekt genutzt. Ähnlich wie in der „Bremer Höhe“ zeigt sich aber auch hier, dass vor allem Menschen den ökologischen Lieferdienst nutzen, für die die Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln eine Priorität hat. Einzig die ältere, gehbehinderte Frau, nutzt mit dem Lieferdienst deutlich mehr ökologische Lebensmittel. Hier gleicht die ökologische Dienstleistung die Probleme in einer besonderen Lebenslage aus.

Im Rahmen der beiden Befragungen zur Evaluation des Angebotes wurden die Nicht-Nutzerinnen im Wohnprojekt nach Gründen gefragt, warum sie den Ökolieferdienst nicht in Anspruch nehmen. Die Darstellung wird durch die in der „Arbeitsgruppe Versorgung“⁴⁹ diskutierten Aspekte ergänzt. In dieser Arbeitsgruppe wurden Ansprüche an die Lebensmittelversorgung sowie die Frage diskutiert, inwieweit unterschiedliche Formen von Lieferdiensten zu Erleichterungen in der Alltagsorganisation führen können.

Auch die Bewohnerinnen, die nicht bei dem Lieferdienst bestellen, haben überwiegend eine positive Haltung gegenüber Ökoprodukten und dem Angebot des Biolieferdienstes. Konkrete Kritikpunkte an dem Angebot wurden von den befragten Bewohnerinnen nicht geäußert, die Gründe für die Nichtinanspruchnahme lagen vielmehr in ihren Anforderungen an ihre Le-

⁴⁹ Diese wurde nach der Zukunftswerkstatt im „Offensiven Altern“ gegründet, um Probleme in der Versorgung zu diskutieren und gemeinsam mit den Bewohnerinnen Konzepte für eine Verbesserung der Situation zu erarbeiten (vgl. Kapitel 5.2.3).

bensmittelversorgung und Bedingungen der Haushalte selbst begründet. Als hauptsächliche Gründe für die Nicht-Nutzung des Ökolieferdienstes zeigten sich die folgenden Punkte:

- Soziale Bedeutung des Einkaufens

Viele der älteren Nicht-Nutzerinnen des Lieferdienstes sagten in den Diskussionen, dass sie Lebensmittel beim Kaufen selbst begutachten wollen. Beim Einkaufen werden Anregungen für die Zusammenstellung des Speiseplans aus aktuellen Angeboten gewonnen, sowie die konkrete Beschaffenheit insbesondere der frischen Produkte in Augenschein genommen. Dies ist bei der Bestellung von Lebensmitteln nicht möglich. Mit dem Transport der Einkäufe sind für viele der älteren Bewohnerinnen im Wohnprojekt Schwierigkeiten verbunden, dennoch legten sie in den Diskussionen um Verbesserungsmöglichkeiten ihrer Versorgungssituation am infrastrukturell schlecht versorgten Stadtrand großen Wert darauf, dass sie selbst einkaufen gehen und die Produkte selbst aussuchen können (vgl. Kapitel 5.2.3), weshalb sie verschiedene Möglichkeiten von Lieferdiensten und Bestellgemeinschaften für sich als nicht attraktiv einschätzten.

Wichtig sind in diesem Zusammenhang vermutlich auch die sozialen Aspekte des Einkaufens. Diese sind in den fünf zweistündigen Arbeitsgruppensitzungen, die zum Thema Versorgung durchgeführt wurden, deutlich geworden. Insbesondere für die nicht (mehr) berufstätigen Bewohnerinnen stellt der Einkauf eine zeitliche Strukturierung ihres Alltags dar und bietet eine Gelegenheit, bei der sie Kontakte nach außen pflegen können. Die meisten der Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“, die sich nicht am Lieferdienst beteiligten, nutzten ökologische Lebensmittel nur im geringen Umfang. Eine Ausnahme stellte eine allein lebende Frau mittleren Alters dar, die Freude daran hat, ihre Lebensmittel auf einem weit entfernt in der Innenstadt liegenden Wochenmarkt für ökologische und regionale Lebensmittel sowie in einem Naturkostgeschäft in ihrer ehemaligen Wohngegend einzukaufen: „Also im Sommer, wenn es frisches Gemüse gibt, von April bis Ende September gehe ich dann auf diesen Markt, weil das eben auch sowas Sinnliches ist, so schön zu gucken, die Leute haben gute Laune und ich lasse mich anstecken, setze ich mich ja auch manchmal hin und gucke ein bisschen.“ (IOA7/54-56)

- Integrierbarkeit in den Alltag und fehlende Routinen im Umgang mit ökologischen Lebensmitteln

Für einige der berufstätigen Bewohnerinnen ist die Nutzung des Lieferdienstes keine Handlungsoption, weil der Verbrauch regelmäßig gelieferter Lebensmittel von ihnen nicht in die bestehenden Abläufe des Alltags integriert werden kann, da sie aufgrund von Berufstätigkeit oder anderen Aktivitäten außer Haus wenig selbst kochen. Hier zeigte sich eine Parallele zu den Ergebnissen der Untersuchung in der „Bremer Höhe“, wo ebenfalls deutlich wurde, dass aufgrund von privat oder beruflich vorgegebenen Rahmenbedingungen die regelmäßige Zubereitung von Mahlzeiten nicht in die zeitlichen Strukturen der Haushalte integrierbar ist und deshalb kontinuierliche Belieferungen mit Lebensmitteln keine Handlungsoption darstellen.

Die Auswahl der Lebensmittel und die Zubereitung von Mahlzeiten ist auch in Familien mit Kindern, in denen häufiger Mahlzeiten zuhause zubereitet werden, von einer Vielzahl von Faktoren abhängig, bei der die Praktikabilität des Einkaufens, zeitliche Anforderungen aus beruflichen Verpflichtungen sowie der Betreuungseinrichtungen der Kinder, gesundheitliche Erwägungen, Vorlieben und Abneigungen der Kinder, finanzielle

Spielräume und anderes eine bedeutsame Rolle spielen: „Und bei mir ist halt dieser Spagat zu machen, ich will das essen, was mir schmeckt, ich muss das essen was gesund ist, ich muss das kochen, was meinem Kind schmeckt, es soll für ihn gesund sein, ich muss es völlig bequem bekommen, also ohne größere Wege, und ich muss auf jeden Cent achten. Und diesen Spagat versuche ich halt die ganze Zeit und bin eben auch in den letzten anderthalb Jahren völlig am rumprobieren und gucken gewesen, also wo ist meine Lebensqualität am genussvollen Essen, wo ist meine Gesundheit, wo steht da mein Kind und ich bin da am gucken, am suchen und habe das natürlich alles unter Zeitdruck und anderen psychischen Belastungen halt dann irgendwie hinzukriegen und versuche so langsam die ökologischen Sachen ein bisschen mehr reinzubringen, sodass ich merke, ich kriege es in meinen Speiseplan rein, ich kann es meinem Kind gut verkaufen und ich kriege das auch. Also langfristig habe ich für mich natürlich oder mittelfristig durchaus im Kopf, dass ich beim Biolieferdienst irgendwas bestelle, aber das möchte ich vorher an anderer Stelle mal ausprobiert haben, also wie kriege den Vollkornreis wirklich gar hin. Ist das eine Sache, die hinhaut oder muss ich sagen, an der Stelle ist es einfach nicht das Ding, ich nehme den anderen Reis. Und da bin ich eben völlig am rumprobieren.“ (IOA10/6) Es wird deutlich, dass für diese Interviewpartnerin der Umgang mit ökologischen Lebensmitteln ungewohnt ist, weshalb sie eine Bestellung beim Biolieferdienst (noch) zurückstellt. Sie möchte im Umgang mit den Produkten erst mehr Routine entwickeln, bevor sie den Lieferdienst nutzt. Schwierig ist für sie auch der Umgang mit frischem Gemüse: „Wenn ich diese Frischgemüsekisten sehe, dann denke ich, oh Gott, das könnte ich überhaupt nicht auf die Reihe kriegen. Ich habe das letztens bei Barbara gesehen. Weil ich zwar regelmäßig koche, aber es kommt dann doch immer irgendwie was dazwischen, und wenn ich dann dieses frische Gemüse habe, dann stehe oft auf dem Schlauch, weil dann passiert gerade irgendwas und ich mache es dann doch nicht. Es wird dann so ein bisschen umgeplant und na gut, ich habe jetzt ja auch erst so mit dieser ganz strikten Planung angefangen. Vorher war es dann immer so, dann habe ich irgendwas Frisches gekauft und dann lag es sechs Tage oder sieben und das ist einfach schade. Also, ich habe das nicht hingekriegt, das wirklich zu verarbeiten, dass das noch frisch auf den Tisch kommt, und deswegen habe ich mich da die ganze Zeit auch entsprechend drum gedrückt. Weil ich habe einfach die Erfahrung in den letzten Jahren gemacht, ich kriege das so nicht auf die Reihe, deswegen bin ich schon wohl wissend, dass das nicht das Ideale ist, aber auf diese Tiefkühlgemüse gestoßen, die eben ohne viel Soße und Plempe, und da denke ich, dann ist das allemal sinnvoller als wenn ich so ein abgetakeltes Biogemüse nach zehn Tagen auf den Tisch bringe.“ (IOA10/44)

Der Umgang mit ökologischen Lebensmitteln wird auch von anderen Bewohnerinnen als ungewohnt geschildert. Eine ältere Frau nannte als Grund, warum sie im Alter nicht mehr in die Nutzung von ökologischen Lebensmitteln einsteigen möchte, dass diese Umstellungen erfordern, die ihr zu aufwändig seien. Sie erläuterte dies am Beispiel von nicht homogenisierter ökologisch erzeugter Frischmilch. Sie habe sich an die Verwendung von haltbar gemachter Milch gewöhnt, die sie in größeren Mengen im Vorrat einkauft. Bei ihrem Versuch ökologische Frischmilch zu verwenden und diese über den Ökolieferdienst zu bestellen, hatte sie wegen dieser Gewohnheit eine zu große Menge Frischmilch bestellt, sodass ihr Milch schlecht geworden ist. Sie kam auch mit weiteren

Produkteigenschaften des ökologischen Produktes nicht zurecht, sie mochte es nicht, dass die Milch nicht homogenisiert war und Fett in der Milch aufschwimmt. An diesem Beispiel zeigt sich, dass häufig positiv bewertete Produkteigenschaften wie Naturbelassenheit für Menschen, die sich an Produkteigenschaften konventioneller Lebensmittel gewöhnt haben, ein Hemmnis darstellen ökologische Lebensmittel zu verwenden.

- Begrenzte finanzielle Möglichkeiten

Die Ernährung mit Ökoprodukten wird vor allem von den älteren Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ für sich als zu teuer eingeschätzt. Vielfach wurde angegeben, sich die Produkte nicht leisten zu können. In diesem Zusammenhang wurden in der ersten Befragung auch die Meinung vertreten, dass die Versorgung mit unbelasteten Lebensmitteln für jüngere Menschen insbesondere für Kinder wichtiger sei als für ältere Menschen und deshalb nannte eine ältere Frau das Argument, dass sie im Alter nicht mehr Geld für Lebensmittel in Ökoqualität ausgeben möchte. Hier treffen eine niedrige Prioritätensetzung für die Nutzung ökologischer Lebensmittel und beschränkte finanzielle Möglichkeiten zusammen.

Die Hälfte der befragten Bewohnerinnen verfügen lediglich über ein relativ geringes Einkommen. Diejenigen, die den Lieferdienst in Anspruch nehmen, verfügen bis auf eine Ausnahme alle über ein mittleres Einkommen. Die Nutzerinnen des ökologischen Lieferdienstes haben somit häufig einen etwas größeren finanziellen Spielraum. Über ein hohes Einkommen verfügen nur zwei der befragten Bewohnerinnen im Wohnprojekt.

6.3.7 Der Anbieter – Subsistenz mit einem (Stand)-Bein in der Dienstleistungswirtschaft

Bei dem Unternehmen handelt es sich um einen Kleinbetrieb, der etwa 150 Kilometer von Berlin entfernt in Mecklenburg-Vorpommern angesiedelt ist und mit den Erlösen aus der Belieferung die an Subsistenzwirtschaft orientierte Lebensweise des aus Berlin stammenden Betreibers finanziell stützt.

Im Wohnprojekt „Offensives Altern“ sowie in dessen unmittelbarer Umgebung werden regelmäßig acht KundInnen vom Biolieferdienst beliefert, diese Häufung von KundInnen in unmittelbarer Nähe zueinander wirkt sich günstig auf den Arbeits-, Zeit- und Transportaufwand des Unternehmens aus. Anders als bei KundInnen, die einzeln im Stadtgebiet beliefert werden, brauchen die Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ aus diesem Grund keine Mindestbestellsumme einzuhalten⁵⁰.

Um das Unternehmen und das Leben und Arbeiten des betreibenden Paares vorzustellen, wird im folgenden zunächst eine Passage aus dem zweistündigen Interview mit den beiden (Uschi und Jan)⁵¹ wiedergegeben:

⁵⁰ Abhängig vom jeweiligen Lieferaufwand wird den KundInnen beim telefonischen Erstkontakt gesagt, dass sie kostenfrei beliefert werden, wenn sie eine Mindestbestellmenge pro Lieferung zwischen 15 und 30 € einhalten.

⁵¹ Namen geändert.

Arbeit und Leben, das ist alles eins

Wir liefern nur einmal in der Woche, wir könnten mehr Kunden haben, wir müssten einfach nur Werbung machen. Aber wir haben entschieden, das machen wir nicht, denn umso weniger schaffen wir hier. Deshalb sind wir nicht hier raus gezogen, um dann doch immer wieder in Berlin herumzuhängen, das wäre ja verrückt. Wir sind eher so, wir kaufen dann keine Hose und arbeiten dann lieber weniger. (...) Wir haben einfach das Glück, dass wir nur wenig für unsere Arbeit brauchen, wir haben nur den Lieferwagen, unsere Unkosten sind ja nur das Auto und der Sprit und die Telefonrechnung. Wir können in Polen tanken, das ist 25 – 30 Cent billiger für Diesel in Polen und Jan schafft eine Tour gut mit einer Tankfüllung. Wir werden nicht reich, auf gar keinen Fall, aber das ist auch nicht unser Bestreben. Das reicht für die Krankenkassen und das reicht, dass Jan genug Geld hat, um unser Rauchen zu bezahlen und ansonsten gibt man hier nichts aus. Hier kannst du nicht essen gehen, hier kannst du abends kein Bierchen trinken gehen. Du bist hier einfach mit dir beschäftigt und das ist auch sehr sparsam. Du lebst hier sparsamer als in der Stadt, wenn ich mal zwei Tage in der Stadt bin, habe ich immer das Gefühl das kostet mich ein Vermögen (...). Mehr als 40 Kunden würden kaum gehen und wir nehmen ja auch noch, das Futter für die Ziegen zum Beispiel bringt Jan umsonst aus Berlin mit. Wir kaufen kein Kraftfutter für die Ziegen, die Biobäckerei in Kreuzberg, die gibt uns ihr Altbrot, das machen wir klein für die Tiere. Ich esse mein Brot auch umsonst, mich kostet das Brot schon mal nichts. Das geht dann schon wieder mit rein in die Tour, dann zwei Türkenbäcker, die geben uns Altbrot, das geben wir irgendeinem Bauern hier, dafür kriegt Jan Geld. Das wird auch so getauscht, also das Auto wird in Berlin wieder vollgeladen, mit irgendwas, was uns hier wieder das Wirtschaften spart. Dann muss ich hier das Brot klein schneiden, das ist wieder Zeit. Aber Zeit hast du hier. Die Möglichkeiten hier Geld zu verdienen sind hier lau, also musst du gucken, wie du das hinkriegst. Manche halten dich auch für vollkommen bekloppt, also die, die du eben getroffen hast, die steht immer hier und guckt mich vollkommen entsetzt an, wenn ich Brot schneide, das kann dir doch keinen Spaß machen. Ich hab doch nix zu tun, ich kann doch hier im Garten stehen und Brot schneiden, anstatt nur im Garten zu sitzen. Aber ich glaube, man darf das nicht in Arbeit aufrechnen. Also vorhin deine Frage, wie viel Arbeit, was soll man mit rein rechnen, was soll man nicht mit rein rechnen. Das ist so die Trennung zwischen Leben und Arbeit, die findet hier nicht so statt, das ist alles eins.

Der Ökolieferdienst beliefert wöchentlich 25 - 30 Kunden in Berlin, wobei die Lieferschwerpunkte in Prenzlauer Berg, Britz, Mitte und Kreuzberg liegen. Ursprünglich war vorgesehen, den in Mecklenburg weit verstreut voneinander lebenden an ökologischen Lebensmitteln interessierten Menschen die Möglichkeit zu geben, Produkte von einem fahrenden Geschäft aus einzukaufen. Dieses Konzept ist nicht aufgegangen, und so begann der Anbieter 1999 / 2000 über Anzeigen in Berliner Zeitschriften und Tageszeitungen KundInnen in der Großstadt zu suchen.

Die Produkte bezieht der Anbieter aus dem ökologischen Großhandel in Berlin. Obst und Gemüse kauft er bei einem ökologischen Landwirt in der Nähe seines Wohnortes, das er zu Beginn seiner Liefertour abholt. Er hat sich mit diesem Bauern auf eine Zusammenarbeit geeinigt, in der der Bauer die von den KundInnen des Biolieferdienstes bestellten Produkte zusammenstellt und in Kisten packt, die der Anbieter dann ausliefert. Das kooperierende landwirtschaftliche Unternehmen hat früher selbst Abonnementkisten angeboten und betreibt einen Naturkostladen in einer kleinen Stadt in Mecklenburg, sodass der Bauer neben dem von ihm selbst angebauten Obst und Gemüse die gesamte Palette verschiedener Gemüsearten anbieten kann, die er vom ökologischen Großhandel bezieht.

Aus der eigenen Produktion bietet der ökologische Lieferdienst Ziegenkäse, Apfelsaft aus Streuobstwiesen, Holundersirup und im Sommer in sehr eingeschränktem Umfang Gemüse und Kräuter aus eigenem Anbau an. Eier werden für den Lieferbetrieb von NachbarInnen im Dorf des Anbieters erzeugt, diese halten die Hühner seit sie die Absprache mit dem Lieferdienst getroffen haben. Die eigenen Produkte des Anbieters und die von den Nachbarn erzeugten Eier sind nicht nach den Kriterien des ökologischen Landbaus zertifiziert, dies wird auch an die KundInnen kommuniziert.

Aufgrund des Arbeitsstils des Anbieters entwickelte sich eine große Orientierung an den KundInnenwünschen und eine hohe Serviceorientierung, zu der gehört, dass KundInnen-

wünsche auch dann befriedigt werden, wenn dies mit einem hohen Aufwand verbunden ist. So kauft der Anbieter Produkte, die er nicht über den kooperierenden Landwirt oder den Großhandel beschaffen kann, im Naturkost Einzelhandel und gibt sie zum gleichen Preis an seine KundInnen weiter. Zeitweise praktizierte er dies mit allen Milchprodukten, die von seinen KundInnen bestellt wurden. Als Grund nennt er die Überlegung mit zusätzlichem Service die KundInnen an seinen Lieferdienst zu binden: „Na klar, wenn die Leute extra noch in den Bioladen fahren müssen um ihre Milch zu holen, dann kaufen sie auch noch andere Sachen im Bioladen. Wenn ich aber alles bringe, dann kaufen sie auch alles bei mir.“ Auch in anderen Bereichen sieht er seine hohe Serviceorientierung als Möglichkeit, seinen Umsatz zu stabilisieren. So werden StammkundInnen, wenn sie vergessen haben, ihre Bestellungen bis zu einem bestimmten Zeitpunkt abzugeben, angerufen und nach ihren Wünschen für die kommende Lieferung befragt: „Und die, die noch nicht angerufen haben, werden dann bei der Tourenplanung angerufen. (...) Das ist einfach unser Service, zum einen ist es Service, zum anderen, wenn die nichts bestellen, verdiene ich einfach nichts. Ein Telefonat kostet drei Cent, das ist noch drin. Die Kunden, die ich noch nicht so gut kenne, frage ich dann auch meistens, wenn ich sie zum ersten Mal anrufe, ist es euch recht, wenn ich euch anrufe, wenn ihr das vergesst oder nicht, weil manche fühlen sich dadurch auch belästigt.“

Bei der Planung der Belieferung wird stark darauf geachtet, dass die KundInnen persönlich angetroffen werden, aus diesem Grunde werden manche Wohngebiete auch doppelt angefahren, was dazu führt, dass sich die Länge der Lieferstrecke und die für die Belieferung benötigte Zeit verlängert. Dies wird jedoch vom Anbieter als wichtiger Bestandteil seiner Dienstleistung angesehen, die er nicht ökonomischen Erwägungen unterordnen möchte.

6.3.8 Zwischenfazit

Der Erfolg und die Potenziale des ökologischen Lieferdienstes, wie er im Wohnprojekt „Offensives Altern“ genutzt wird, liegen in der sehr großen Serviceorientierung des Anbieters, der auf die individuellen Wünsche und Anforderungen seiner KundInnen in einem ungewöhnlich hohen Maße eingeht. Dadurch ist es ihm gelungen eine stabile Anbieter-KundenInnen-Beziehung herzustellen.

Die NutzerInnen kaufen nahezu ihren gesamten Bedarf an ökologischen Lebensmitteln bei dem Lieferdienst, in der Regel werden lediglich Produkte, die der Anbieter nicht in seinem Sortiment hat (z.B. Fleisch) aus anderen Quellen bezogen. Die Alltagserleichterungen, die der Lieferservice bietet, haben in dem am Stadtrand gelegenen Wohnprojekt, wo es kaum Möglichkeiten gibt ökologisch erzeugte Lebensmittel anderweitig einzukaufen ein besonderes Gewicht. Anders als in der „Bremer Höhe“ ist die Belieferung der Kundinnen im Wohnprojekt „Offensives Altern“ für den Anbieter aber auch mit einer Reduzierung des Aufwandes für die Lieferung verbunden, da alle Kundinnen in zwei benachbarten Häusern leben, sodass die koordinierte Belieferung in ein Wohnprojekt für ihn auch mit Entlastungen verbunden ist.

Einen beschränkenden Faktor für den Umfang der Lebensmittelbestellungen stellen die finanziellen Möglichkeiten der BewohnerInnen dar. Finanzielle Gründe werden auch in anderen Untersuchungen häufig als Grund genannt, warum ökologische Lebensmittel nicht bzw. nicht in größeren Mengen gekauft werden. Dies trifft auch für NutzerInnen des Lieferdienstes zu. Sie begründeten ihre Prioritätensetzung für bestimmte Lebensmittelgruppen mit dem höheren Preis für ökologische Lebensmittel. Schade et al. (2002) kamen in ihrer Untersuchung

von mehr als 700 BiokundInnen in Berlin zu einem vergleichbaren Ergebnis. Die von ihnen befragten BiokundInnen überlegten in der Regel sehr genau, für welche Produktgruppen der höhere Preis gegenüber konventionellen Produkten aufgrund der Produktqualität in Kauf genommen wird und für welche Produktgruppen konventionelle Qualität für sie vertretbar ist. In dieser Untersuchung zeigte sich jedoch auch, dass keine Relation zwischen der Menge der eingekauften Bioprodukte und dem verfügbaren Haushaltseinkommen besteht. Sie fanden IntensivkäuferInnen⁵² in allen Einkommensgruppen und kommen zu dem Schluss, dass der Kauf von ökologisch erzeugten Lebensmitteln im wesentlichen eine Folge der Prioritätensetzung ist.⁵³ (Schade et al. 2002: 14f)

Mit der hohen Serviceorientierung ist für den Anbieter ein hoher Zeit- und Arbeitsaufwand verbunden. Dass dies für ihn (wirtschaftlich) tragbar ist, liegt zum einen an dem geringen technischen und finanziellen Aufwand, mit dem er seine Dienstleistung betreibt, zum anderen an den geringen Ansprüchen, die er aufgrund seines Lebens- und Arbeitskonzeptes an die ökonomische Wirtschaftlichkeit seines Unternehmens stellt.

6.4 Empirische Ergebnisse zur Nutzung und Nicht-Nutzung der Akku-Pflegestation und Batterieabgabe beim Concierge

6.4.1 Struktur des Angebotes und Fragestellungen für die Untersuchung der Nutzung

In Kooperation mit der Gilde Heimbau Wohnungsbaugesellschaft mbH, die unter anderem Concierge-Stationen betreibt, wurde die praktische Umsetzung von zwei umweltrelevanten Dienstleistungen getestet. Die Angebote wurden in drei Conciergen in Genossenschaftssiedlungen des Kooperationspartners Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG in den Wohngebieten rund um die Haeselerstraße (Charlottenburg, 1300 Wohneinheiten), Attilastraße (Tempelhof, 1334 Wohneinheiten) und Gerlinger Straße (Buckow, 240 Wohneinheiten) erprobt (vgl. Kapitel 5.5).

Es wurden Akku-Pflegestationen eingerichtet, die es den Haushalten ermöglichen Akkus zu nutzen, ohne selbst ein Ladegerät besitzen zu müssen. Dazu wurden hochwertige Geräte angeschafft, die es ermöglichen, die Funktionsfähigkeit von Akkus zu überprüfen und gegebenenfalls zu regenerieren. Es wurden Sammelbehälter der GRS⁵⁴ für die Sammlung von verbrauchten Batterien aufgestellt. Das Angebot wurde am 1. September 2003 gestartet. Eine Woche zuvor wurden die insgesamt 2874 von den Angeboten angesprochenen Haushalte über ein Faltblatt informiert. Das Faltblatt enthielt zudem Informationen über die Vorteile von Akkus und der Bevorzugung von NiMH Akkus.

⁵² Unter IntensivkäuferInnen verstehen Schade et al. Menschen, die mehr als 2/3 ihres Lebensmittelbedarfs mit ökologischen Produkten decken. (Schade et al. 2002: 15)

⁵³ Deutliche Unterschiede fanden sie beim Bildungsgrad von KäuferInnen und NichtkäuferInnen von ökologischen Lebensmitteln, so haben KäuferInnen häufiger einen höheren Bildungsgrad als NichtkäuferInnen (82 % der KäuferInnen hat Abitur, bei den Nicht-NutzerInnen ist dies nur bei 20 % der Fall), die Gruppe der KäuferInnen hat etwas häufiger Kinder.

⁵⁴ Seit 1998 betreibt die GRS (Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien) ein flächendeckendes Netz der Batterierücknahme in Deutschland. Jeder Interessierte kann bei der GRS Sammelbehälter bestellen, die kostenlos abgeholt und gegen neue Behälter ausgetauscht werden

Die Haushalte wurden im Dezember 2003, drei Monate nach der Einrichtung der Angebote schriftlich befragt. In dieser Befragung wurde auch nach der Bereitschaft zu einem Interview zu diesem Thema gefragt. Insgesamt beteiligten sich an der Befragung 169 von den angesprochenen 2874 Haushalten, dies entspricht einem Rücklauf von 5,8 %. Der Rücklauf der schriftlichen Befragung war im Vergleich zu den anderen durchgeführten Befragungen im Vorhaben gering.⁵⁵ Er entspricht Befragungen, bei denen die Zielgruppe der Befragung eine relativ geringe Motivation hat, weil sie keinen näheren Bezug zu der Fragestellung der Befragung haben. Es ist anzunehmen, dass sich nur ein Teil derjenigen, die die Angebote genutzt haben, auch an der Befragung beteiligt hat. Der Rücklauf der schriftlichen Befragung war so organisiert, dass die Befragten die ausgefüllten Fragebögen im vorbereiteten Rückumschlag bei den Conciergen abgeben oder selbst frankieren und per Post an das Forschungsvorhaben zurücksenden konnten. Diese beiden für die Befragten vergleichsweise aufwändigen Möglichkeiten der Rücksendung haben vermutlich dazu beigetragen, dass der Rücklauf geringer ist als bei den anderen von uns durchgeführten Befragungen. Zudem ist anzunehmen, dass sich eher Haushalte an der Befragung beteiligt haben, die die Concierge-Logen zumindest gelegentlich nutzen, darauf lässt auch schließen dass 87 % der Fragebögen über die Sammlung bei den Conciergen an uns zurück gegeben wurden, nur 22 Fragebögen erreichten uns per Post.

Zu einem weiterführenden Gespräch erklärten sich in der schriftlichen Befragung 19 Personen bereit. Mit sieben zufällig aus dieser Gruppe ausgewählten Personen wurden im März 2004 telefonische Interviews geführt.

Die mit den Angeboten befassten Mitarbeiterinnen in den Concierge-Logen wurden sechs Monate nach der Einrichtung der Angebote befragt. Mit den beiden im Unternehmen zuständigen Mitarbeitern aus dem Management wurde ein Expertengespräch neun Monate nach der Einrichtung der Dienste geführt.

Bei der Untersuchung der Nutzung wurden folgende Aspekte evaluiert:

- Welche Haushalte leben in den untersuchten Wohngebieten? (6.4.2)
- Wie ist der Informationsstand über die Angebote Akku-Pflegestation und Batterieannahme bei den BewohnerInnen? (6.4.3)
- Wie und in welchem Umfang werden Batterien und Akkus von den Haushalten in den Wohngebieten genutzt? (6.4.4)
- Welche Haushalte nutzen die Akku-Pflegestation bei den Conciergen? Welche Motive haben die Haushalte das Angebot zu nutzen? Wird durch das Angebot die Nutzung umweltverträglicherer Akkus gefördert? (6.4.5)
- Welche Haushalte nutzen die Möglichkeit der Batterieabgabe? In welchem Umfang wird die Batterieabgabe genutzt? Wird das Testgerät für Batterien genutzt? (6.4.6)
- Welche Hemmnisse und Potenziale bestehen für die Nutzung von Batterieannahme und Akku-Pflegestation? (6.4.7)
- Wie bewerten die Anbieter die Erfahrungen mit der Nutzung der Angebote? (6.4.8)

⁵⁵ Um einen Anreiz zur Beteiligung an der Befragung zu geben, wurden zwei Kinokarten unter denjenigen ausgelost, die sich beteiligten.

6.4.2 Charakterisierung des Samples

Die Anwendung der entwickelten Haushaltstypisierung auf das Sample aus der schriftlichen Befragung der von den Concierge-Diensten angesprochenen Haushalte brachte ein unbefriedigendes Ergebnis. Es zeigte sich, dass die Haushalte in diesen Wohnanlagen durch die Typisierung nur unzureichend beschrieben werden. Die Analyse, welche Haushalte den jeweiligen Gruppen zugeordnet wurden, ergab, dass durch die Zuordnungen verfälschende Eindrücke erzeugt wurden. Beispielsweise wurden dem Typ „Gut verdienende Paare über 40 z.T. mit erwachsenen Kindern“ viele Rentnerpaare zugerechnet, die zum Teil weit über 70 Jahre alt sind. Mehr als 10 % des Samples konnten in der für das Vorhaben entwickelten Haushaltstypisierung gar nicht zugeordnet werden. Deshalb wurde eine neue Kategorisierung entwickelt, in die wesentliche Elemente der Haushaltstypenbildung eingeflossen sind.⁵⁶ Die entwickelte Kategorisierung orientiert sich an Lebensphasenmodellen (z.B. Rosenkranz 1998), diese wurden aber nicht vollständig übernommen, um als wesentlich angesehene Bestimmungsmerkmale wie Ein- und Mehrpersonenhaushalte, Geschlecht und Zuständigkeit für Haushaltsführung einbeziehen zu können. Zusätzlich wurden die Haushalte nach zwei Altersgruppen (bis 59 Jahre, älter als 60 Jahre) differenziert. Die Altersdifferenzierung wurde anschließend für die Gruppen, die jünger als 59 Jahre sind, überprüft und die Bezeichnung der Gruppe an das Alter der in dieser Gruppe zusammengefassten Personen angepasst.

Insgesamt zeigt sich, dass die Befragten in den Concierge-Gebieten älter sind als in den anderen untersuchten Wohnanlagen. In mehr als der Hälfte der Haushalte leben Menschen, die (zum Teil deutlich) älter als 60 Jahre alt sind. Der älteste Befragte war 98 Jahre alt. Kinder leben nur in 11 % der befragten Haushalte. Die Altersverteilung des Samples wird sie in Tabelle 12 dargestellt:

Tabelle 12 Zusammensetzung des Samples in Bezug auf die Altersverteilung in den Concierge-Gebieten

	Häufigkeit	Prozent
20-29 Jahre	11	6,5
30-39 Jahre	19	11,2
40-49 Jahre	28	16,6
50-59 Jahre	21	12,4
60-69 Jahre	41	24,3
70-79 Jahre	35	20,7
80-89 Jahre	9	5,3
90 Jahre und älter	3	1,8
Gesamt	167	98,8
Fehlende Angabe	2	1,2
	169	100,0

Die neue Kategorisierung der befragten Haushalte in den Concierge-Gebieten ergibt folgendes Bild (vgl. Tabelle 13): Allein lebende Männer und Frauen unterschiedlicher Altersgruppen stellen etwa die Hälfte des Samples, Haushalte, in denen Kinder leben, sind nur mit 11 % vertreten. Paarhaushalte ohne Kinder, die noch nicht das Rentenalter erreicht haben, sind mit 13,1 % vertreten.

⁵⁶ Es wurde nach Geschlecht, Alter, Ein- und Mehrpersonenhaushalten und nach der Verantwortlichkeit für die Haushaltsführung differenziert.

Tabelle 13 Zusammensetzung des Samples aus den Concierge-Gebieten

	Häufigkeit	Prozent
Allein lebende Frauen (29 - 59 Jahre)	17	10,1
Allein lebende Männer (20 – 59 Jahre)	19	11,2
Allein Erziehende oder Familie mit Kindern, partnerschaftliche Haushaltsführung, (36 – 59 Jahre)	13	7,7
Familie mit Kindern, einer zuständig für Hausarbeit, (29 – 45 Jahre)	6	3,6
Paarhaushalt ohne Kinder (25-59 Jahre), partnerschaftliche Haushaltsführung	16	9,5
Paarhaushalt ohne Kinder, einer zuständig für Hausarbeit, (26-40 Jahre)	6	3,6
Allein lebende Frauen älter als 60 Jahre	34	20,1
Allein lebende Männer älter als 60 Jahre	10	5,9
Paarhaushalt, älter als 60 Jahre	42	24,8
Gesamt	163	96,4
Nicht zuordenbar	6	3,6
	169	100,0

Aussagen der Mitarbeiterin der Wohnungsbaugenossenschaft sowie der Concierge-MitarbeiterInnen deuten darauf hin, dass das Sample derjenigen, die sich an unserer Befragung beteiligt hat, typisch ist für die untersuchten Wohngebiete. Zwei der drei Genossenschaftssiedlungen ähneln sich in ihrer Alters- und Sozialstruktur und sind stark geprägt von Menschen, die das Renteneintrittsalter überschritten haben. In dem dritten, kleineren Wohngebiet leben vor allem Familien mit Kindern verschiedenen Alters. Das Sample aus diesem Wohngebiet ist aber mit nur zehn Fragebögen (von 240 angesprochenen Haushalten) so klein, dass eine differenzierte Betrachtung nach unterschiedlichen Wohngebieten nicht sinnvoll ist.

Die zufällig ausgewählten sieben InterviewpartnerInnen, die telefonisch zur Nutzung bzw. Nicht-Nutzung der Angebote bei den Conciergen befragt wurden, verteilen sich wie in Tabelle 14 dargestellt auf die verschiedenen Gruppen:

Tabelle 14 Zuordnung der InterviewpartnerInnen zur Haushaltstypisierung und zu Nutzung und Nicht-Nutzung von Batterieabgabe und Akku-Pflegestation

	Anzahl	Batterieabgabe	Akkuladestation
Allein lebende Frauen (29 - 59 Jahre)	1	1	1
Allein lebende Männer (20 - 59 Jahre)	2	0	0
Allein Erziehende oder Familie mit Kindern partnerschaftlich, (36 - 59 Jahre)	0	0	0
Familie mit Kindern, einer zuständig für Hausarbeit, (29 – 45 Jahre)	1	1	0
Paarhaushalt ohne Kinder (25-59 Jahre) partnerschaftlich	0	0	0
Paarhaushalt ohne Kinder einer zuständig für Hausarbeit, (26-55 Jahre)	1	1	0
Allein lebende Frauen älter als 60 Jahre	1	1	1
Allein lebende Männer älter als 60 Jahre	0	0	0
Paarhaushalt, älter als 60 Jahre	1	1	1
Gesamt	7	5	3

Aus den Gruppen „Allein Erziehende oder Familie mit Kindern partnerschaftlich, (36 - 59 Jahre)“, „Paarhaushalt ohne Kinder (25-59 Jahre) partnerschaftlich“, „Allein lebende Männer älter als 60 Jahre“ wurden bei den Telefonaten keine InterviewpartnerInnen erreicht. Diese drei Gruppen waren im schriftlich befragten Sample nur mit geringen Anteilen vertreten (vgl. Tabelle 13).

Von den InterviewpartnerInnen hatten fünf von sieben die Batterieabgabe schon einmal genutzt, nur drei hatten dagegen die Akku-Pflegestation schon einmal in Anspruch genommen.

6.4.3 Informationsstand über die Angebote

Die Mehrheit (74 %) der Personen, die den Fragebogen beantwortet haben, kennen die neuen Angebote der Concierge-Dienste. Die Kommunikation der Angebote über einen Informationsflyer, Aushänge in den Hausfluren und direkt durch die Conciergen kann als erfolgreich eingeschätzt werden. Es ist aber auch davon auszugehen, dass die Motivation sich an der Befragung zu beteiligen, für diejenigen, die die Angebote kennen größer war, als für diejenigen, die erst mit der Befragung von den Angeboten erfahren haben. Anmerkungen auf den Fragebögen lassen darauf schließen, dass die Befragten zum Teil erst durch die Befragung auf die Angebote aufmerksam geworden sind. Die Befragung kann demnach als weiterer Informationsschub über die neuen Angebote interpretiert werden. In Folge der Verteilung der Befragungsunterlagen riefen etwa sieben MieterInnen aus den drei Wohngebieten bei uns an, um sich über die neuen Angebote zu informieren.

6.4.4 Batterie- und Akkunutzung im Sample

6.4.4.1 Geräteausstattung und Batteriebedarf

Die Nutzung von batteriebetriebenen Geräten ist entscheidend für den Bedarf nach Entsorgungsmöglichkeiten für gebrauchte Batterien und den Einsatz von Akkus, die die Nutzung der Akku-Pflegestation zu einer sinnvollen Handlungsoption werden lassen. Deshalb wurde in der schriftlichen Befragung nach dem Vorhandensein verschiedener batteriebetriebener Geräte und dem Umfang von Batterie- bzw. Akkunutzung gefragt. Es war eine Liste mit Geräten vorgegeben, die sowohl Geräte mit niedrigem als auch mit hohem Energieverbrauch enthielt. Die Ergebnisse zeigen abhängig von den Haushaltstypen eine unterschiedliche Ausstattung mit verschiedenen Gerätetypen sowie eine unterschiedlich große Nutzung von Batterien und Akkus.

In der Befragung gab die Mehrzahl der Befragten (50,3 %) an, dass sie pro Jahr 1 - 10 Batterien in ihrem Haushalt verwenden, die nächstgrößte Gruppe (36,1 %) gab eine Verwendung von 11 - 30 Stück an. Nur wenige Haushalte verwenden pro Jahr mehr Batterien (5,9 %: 31 - 50 Stück; 1,8 % mehr als 50 Stück). Die differenzierte Betrachtung der Angaben der verschiedenen Haushalte zeigt, dass größere Batteriemengen von Haushalten, in denen auch Kinder leben, angegeben wurden.

In den Haushalten werden vor allem Fernbedienungen für Unterhaltungselektronik (92,3 %), Taschenlampen (87,6 %), Wecker (85,9 %) und Wanduhren (65,1 %) mit Batterien betrieben. Diese Geräte sind in nahezu allen befragten Haushalten vorhanden. Geräte mit einem höherem Energiebedarf, für die wegen ihres höheren Batteriebedarfs der Einsatz von Akkus in der Regel sinnvoll ist, wurden seltener angegeben: Walkman (20,1 %), Fahrradleuchten

(19,5 %), transportable CD-Player (17,8 %). Diese Geräte werden mehr von jüngeren Haushalten genutzt. Die Analyse, wie viele dieser Geräte in den verschiedenen Haushalten vorhanden sind, zeigt, dass in Haushalten mit Kindern mit durchschnittlich 2,8 der vorgegebenen sechs Geräte mit einem höheren Energiebedarf die Ausstattung mit solchen Geräten am höchsten ist, während der Wert bei allen anderen kategorisierten Haushalten zwischen 0,2 und 1,7 liegt. In den Haushalten der „allein lebenden Frauen älter als 60 Jahre“ sind solche Geräte mit durchschnittlich 0,2 am seltensten vertreten.

6.4.4.2 Akkunutzung

Zwei Drittel der Befragten haben bereits vor der Einrichtung der Akku-Pflegestation beim Concierge Akkus genutzt. Auffällig ist, dass alle Haushalte, in denen auch Kinder leben, bereits Akkus genutzt haben. Diese Angabe korrespondiert damit, dass in diesen Haushalten auch ein höherer Batteriebedarf besteht. Die Befragungsergebnisse zeigen zudem die Tendenz, dass Akkus von den Haushalten, in denen Menschen leben, die älter als 60 Jahre sind, seltener genutzt werden, als in jüngeren Haushalten. Dies korrespondiert damit, dass in diesen Haushalten auch nur wenig mobile Geräte mit einem höheren Energiebedarf betrieben werden, für die sich der Einsatz von Akkus sowohl aus finanzieller als auch aus technischer Sicht lohnt.

6.4.5 Nutzung und Nicht-Nutzung der Akku-Pflegestation

6.4.5.1 Häufigkeit der Nutzung der Akku-Pflegestation

Insgesamt wurden die drei Stationen in sieben Monaten mehr als 80-mal genutzt. Die Nutzung in den verschiedenen Stationen ist dabei unterschiedlich, was vermutlich mit den jeweiligen Bewohnerstrukturen zu tun hat. In der Concierge-Station in der Haeselerstraße wurde das Angebot in sieben Monaten (von September 2003 bis Ende März 2004) 50 – 60-mal in Anspruch genommen. Eine Person kommt wöchentlich und lässt jeweils einen Akku aufladen, 3-4 Personen kommen regelmäßig etwa einmal im Monat. In der Gerlinger Straße wurde es viermal genutzt, wobei niemand den Dienst mehrfach genutzt hat. In der Attilastrasse wurde es 20-mal genutzt, auch hier hat niemand den Dienst mehrfach genutzt. In der schriftlichen Befragung haben zwölf der insgesamt 169 Menschen (7,1 %) angegeben, dass sie die Akku-Pflegestation schon einmal genutzt haben.

Nach Angaben der Concierge-MitarbeiterInnen haben die NutzerInnen zwischen einem und zehn Akkus aufladen lassen, dies wurde aber nicht systematisch erfasst. Dass nur wenige NutzerInnen den Dienst regelmäßig in Anspruch genommen haben, kann - nach den Angaben der drei InterviewpartnerInnen, die die Akku-Pflegestation schon einmal genutzt haben, - an unterschiedlichen Umständen liegen:

- Diejenigen, die kein eigenes Ladegerät besitzen und den Dienst schon einmal genutzt haben, betreiben mit den Akkus Geräte, die einen geringen Energiebedarf (selten genutztes Kofferradio, Taschenlampen für Stromausfälle) haben. Die Akkus müssen daher nur selten aufgeladen werden (schätzungsweise 1 - 2 mal im Jahr).
- Andere NutzerInnen besitzen eigene einfache Ladegeräte und nutzen den Dienst, um ihre Akkus pflegen und regenerieren zu lassen. Dies ist nur in größeren zeitlichen Abständen erforderlich.

In der schriftlichen Befragung haben sich von den zwölf NutzerInnen der Akku-Pflegestation elf dazu geäußert, ob sie selbst ein Akkuladegerät besitzen. Nur drei Menschen, die die Pflegestation schon einmal in Anspruch genommen haben, besitzen ein eigenes Akkuladegerät. Sechs NutzerInnen gaben an kein eigenes Akkuladegerät zu besitzen, diese hatten aber schon vor der Einrichtung der Akku-Pflegestation Akkus genutzt. In den Interviews klärte sich, dass sie ihre Akkus vor dem Angebot bei den Conciergen von nicht im Haushalt lebenden Familienangehörigen (meist Töchter oder Söhne) haben aufladen lassen und nun das Angebot bei den Conciergen nutzen. Der Bedarf, die Akkus aufladen zu lassen, wird von den beiden Interviewpartnerinnen als sehr gering geschildert.

6.4.5.2 Test- und Pflegefunktion der Akku-Pflegestation

Der erweiterte Leistungsumfang der Akku-Pflegestationen (Test- und Pflegefunktionen) wurde nach Angaben der Conciergen und einiger InterviewpartnerInnen gezielt nachgefragt. Dies wurde auch in einem Interview deutlich: Eine ältere Frau hatte bereits vor dem Angebot beim Concierge versucht bei ihren mehr als zehn Jahre alten Akkus den Memoryeffekt zu beseitigen, indem sie mit ihrem einfachen Ladegerät versuchte, Lade- und Entladezyklen durchzuführen, was ihr aber nicht gelungen ist. Sie nutzte das Angebot der Regenerationsmöglichkeit der Akku-Pflegestation gezielt, ob ihre Akkus anschließend besser funktionierten als vorher, wusste sie nicht, weil sie sie noch nicht verwendet hatte.

Die Conciergen kommunizieren die Zusatznutzen des Gerätes an ihre KundInnen. Sie benutzen in der Regel aber auch ein vom Gerät angebotenes automatisches Programm, dass die Art der eingesetzten Akkus analysiert, den technischen Zustand erfasst und automatisch eine Regeneration durchführt, wenn sie notwendig ist. Die erweiterten Möglichkeiten der Ladegeräte, insbesondere die selbstständige Wahl der richtigen Aufladeprogramme wurde von den Conciergen als sehr positiv hervorgehoben, weil sie ihnen die Arbeit mit dem Service erleichterten.

Im Zusammenhang mit dem Angebot, Akkus regenerieren lassen zu können, das im Infoblatt kommuniziert wurde, fragten viele Menschen bei den Conciergen nach, ob sie ihre Geräteakkus bei ihnen auffrischen lassen könnten. Gemeint sind eingebaute Akkus von Handys, Rasierapparaten, elektrischen Zahnbürsten etc. Hier scheint ein großer Bedarf zu bestehen, der durch den Leistungsumfang der Akku-Pflegestation leider nicht abgedeckt werden konnte.⁵⁷

Unter den Interviewten war niemand, der sich in Folge des Angebots Akkus angeschafft hat. In der schriftlichen Befragung gab es einige Anmerkungen in die Richtung, dass Akkus mit Blick auf das Angebot angeschafft werden sollen, sobald die noch vorhandenen Vorräte an Batterien aufgebraucht sind. Ob dies tatsächlich umgesetzt wird, kann anhand der erhobenen Daten nicht beurteilt werden. Auch die Conciergen schätzten auf Nachfrage ein, dass sich keine NutzerIn mit Bezug auf das Angebot von Batterien auf Akkus umgestellt habe. Eine Concierge rät KundInnen, die häufiger viele Batterien abgeben Akkus anzuschaffen und verweist auf die Möglichkeit diese bei ihr aufladen zu können. Dies wird aber nach ihrer Einschätzung eher nicht umgesetzt: „Also die ganzen Leute, die haben meistens andere Batterien und keine Akkus. Wir haben ihnen auch schon gesagt, schafft

⁵⁷ Der Bedarf von VerbraucherInnen nach Angeboten Akkus z.B. von Laptops regenerieren zu lassen wurde auch im Vorhaben „ReUse Computer“ im Projektverbund „Möglichkeiten und Grenzen neuer Nutzungsstrategien“ deutlich. Dies berichtete Frank Becker auf dem zweiten Statusseminar in Berlin im Mai 2004.

euch doch einen Akku an, wir können sie dann auch hier aufladen, das ist kein Problem. Wir raten es, aber die meisten bringen uns dann trotzdem immer wieder Batterien. Ich glaube das ist ja normal, bevor die sich damit auseinander setzen müssen, was ist Akku ... und die meisten haben auch nicht so viel Geld.“ (Concierge im April 2004)

6.4.5.3 Nutzung von umweltverträglicheren Akkus

Mit dem Angebot der Akku-Pflegestation bei den Conciergen war auch intendiert gewesen über leicht verfügbare Informationen⁵⁸, die Nutzung von umweltverträglicheren Nickelmetallhydrid-Akkus (NiMH-Akkus) zu fördern. Informationen über die Vorteile dieser Akkus gegenüber Nickelcadmium-Akkus (NiCd-Akkus) waren im Infoblatt enthalten und sollten auch durch die Concierge-MitarbeiterInnen auf Nachfrage weiter gegeben werden. Diese fühlten sich durch die Komplexität der technischen Zusammenhänge überfordert und verwiesen bei Nachfragen auf die Infomappe, die von ihnen einige Mal kopiert an NutzerInnen weiter gegeben wurde. Keine der Conciergen konnte Angaben dazu machen, wie sich NiCd und NiMH-Akkus auf die von ihnen aufgeladenen Akkus verteilt hatten. Eine Beschäftigung mit dieser Frage, war bei der konkreten Tätigkeit des Aufladens nicht notwendig, da die verwendeten Geräte die Erfassung der eingelegten Akkutypen selbstständig erledigten. Bei den telefonischen Interviews wussten auch die Befragten in der Regel nicht darüber Bescheid, welche Sorte Akkus sie verwenden. Eine Ausnahme bildete ein Mann, der sehr gut informiert war, selbst ein hochwertiges Ladegerät besitzt und viele Akkus nutzt. Dieser nutzte das Angebot nicht, da er aufgrund seiner Ausstattung keinen Bedarf hat. Insgesamt kann festgestellt werden, dass das Angebot keinen Einfluss auf die Art der genutzten Akkus hatte. Sowohl die Conciergen als auch die Mehrheit der Interviewten fühlten sich von der Fragestellung der Auswahl zwischen verschiedenen Akkusystemen überfordert.

Eine der Conciergen berichtete, dass sie häufiger Nachfragen hatte, wo empfehlenswerte Akkus erhältlich seien, dies konnte sie aufgrund der Schwierigkeiten im Vorfeld des Angebotes einen kooperierenden Einzelhändler im unmittelbaren Wohnumfeld zu finden, jedoch nicht beantworten (vgl. Kapitel 5.5.1).

6.4.6 Nutzung und Nicht-Nutzung der Möglichkeit Batterien beim Concierge abzugeben

Zum Zeitpunkt der schriftlichen Befragung, im Dezember 2003, etwas mehr als drei Monate nach Einrichtung des Dienstes gaben 21,1 % der Befragten an, schon einmal oder mehrfach Batterien bei den Conciergen abgegeben zu haben. Die Mehrzahl der Befragten (56,8 %) hatte das Angebot bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht genutzt, hatte es aber vor. 16,6 % der Befragten benötigten dieses Angebot nicht.

Die Analyse der Haushalte, die bis Dezember schon einmal Batterien abgegeben hatten, deutet darauf hin, dass das Angebot für die verschiedenen Haushalte unterschiedlich attrak-

⁵⁸ Infoblatt sowie der Versuch die Conciergen über eine Schulung in die Lage zu versetzen zu Fragen der Akkuauswahl beraten zu können. Die Ausarbeitung einer zweistündigen Schulung der Concierge-MitarbeiterInnen erfolgte im Rahmen einer Studienarbeit (Overbeck 2004). Die Schulung umfasste konkrete Informationen zur Umsetzung der beiden Angebote und zur Handhabung des Akkuladegerätes, mit dem die Akku-Pflegestation betrieben werden sollte, sowie allgemeine Informationen über Batterien und Akkus und die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen technischen Systeme. Den Conciergen wurde zudem ein Infomappe übergeben, die allgemeine Informationen sowie aktuelle Testberichte enthielt.

tiv ist. Aufgrund der geringen Fallzahlen ist die Analyse, welche Gruppen das Angebot schon ein oder mehrfach in Anspruch genommen haben, jedoch nicht besonders aussagekräftig. In der Tendenz wird aber deutlich, dass die Gruppe „Familie mit Kindern, einer zuständig für Hausarbeit (29 -45 Jahre)“ das Angebot im Verhältnis am häufigsten in Anspruch genommen hat. Dies korrespondiert damit, dass von dieser Gruppe auch mehr Batterien verwendet werden. Zahlenmäßig hat die Gruppe „Allein lebende Frauen älter als 60 Jahre“ das Angebot am häufigsten genutzt. Möglicherweise kann dies darauf hindeuten, dass für diese beiden Gruppen kurze Wege in der Alltagsorganisation besonders wichtig sind.

Tabelle 15 Nutzung der Batterieabgabe differenziert nach Gruppen

	Angebot mindestens einmal genutzt	Anteil im Sample	Anteil der NutzerInnen im Verhältnis zur Gruppe
Allein lebende Frauen (29 - 59 Jahre)	5	17	29,4 %
Allein lebende Männer (20 - 59 Jahre)	5	19	26,3 %
Allein Erziehende oder Familie mit Kindern (partnerschaftlich, 36 - 59 Jahre)	2	12	16,7 %
Familie mit Kindern, einer zuständig für Hausarbeit (29 -45 Jahre)	4	6	66,7 %
Paarhaushalt ohne Kinder, partnerschaftlich, (25-59 Jahre)	4	16	25,0 %
Paarhaushalt ohne Kinder, einer zuständig für Hausarbeit, (26-40 Jahre)	1	6	16,7 %
Allein lebende Frauen älter als 60 Jahre	10	34	29,4 %
Allein lebende Männer älter als 60 Jahre	3	10	30,0 %
Paarhaushalt, älter als 60 Jahre	8	42	19,0 %
Gesamt	42	162	25,9 %

Zum Zeitpunkt der schriftlichen Befragung waren bei den drei Concierge-Diensten insgesamt etwa 90 kg Batterien eingesammelt worden. Eine Ableitung der Stückzahl der abgegebenen Batterien ist überschlagsmäßig möglich. Batterien und Akkus wiegen je nach Bauart zwischen 21 und 26 Gramm⁵⁹, wobei Batterien leichter sind als Akkus. Akkus müssen aber auch seltener entsorgt werden, weshalb ihr Anteil an rückgegebenen Batterien und Akkus deutlich geringer ist. Geht man deshalb von einem mittleren Gewicht einer Batterie von 22 Gramm pro Stück aus, dann entsprechen 90 kg einer Menge von etwa 4000 Stück. In der Befragung ist auch nach der Zahl der abgegebenen Batterien gefragt worden. Fasst man die Angaben von allen Menschen, die sich an der Befragung beteiligt haben, zusammen, ergibt das, dass sie zusammengerechnet etwas mehr als 700 Stück abgegeben haben, was einem Gewicht von 15 kg entspricht. Daraus lässt sich schließen, dass die Nutzung der Batterie-rückgabe über die in der Befragung erfasste hinaus geht.

Im Folgenden soll die Frage beantwortet werden, wie die eingesammelte Batterienmenge in den drei Wohngebieten einzuschätzen ist. Dazu stehen zwei Informationsquellen zur Verfügung, zum einen wurde in der schriftlichen Befragung nach der Nutzung der Batterieabgabe und der Menge der abgegebenen Batterien gefragt. Zum anderen wurde die Menge der ein-

⁵⁹ In einer IÖW Veröffentlichung wird für Alkali-Mangan-Batterien 22 Gramm und für Zink-Kohle-Batterien ein Gewicht von 21 Gramm pro Stück angegeben. Akkus sind schwerer: NiCd-Akkus wiegen 26 Gramm und NiMH-Akkus 25 Gramm pro Stück. (Scholl et al. 1997: 35)

gesammelten Batterien im Zeitverlauf beobachtet. Die konkreten Mengen der Batterien wurden anhand von Angaben der Conciergen über Füllmengen und Zeitpunkt des Austauschs der Sammelbehälter durch die GRS abgeschätzt. Nach Angaben der GRS fasst der Behälter, der von den Sammelstellen abgeholt und ausgetauscht wird, 30 kg.

Tabelle 16 Gesammelte Batteriemengen in den drei Concierge-Stationen

	Austausch der Sammelbehälter	Gesammelte Menge in 7 Monaten	Angesprochene Haushalte	Gesammelte Menge pro Haushalt
Gerlinger Str.	1 mal im Dezember, Behälter Anfang April zu 2/3 gefüllt	Ca. 50 kg	240	208 g ⁶⁰
Attilastr.	Anfang Dezember, Anfang Februar und Anfang April Behälter wieder gefüllt, Abholung geplant	90 kg	1334	67 g
Haeseler Str.	1 mal im Dezember, Sammelbehälter Anfang April gefüllt und Abholung bestellt	60 kg	1300	46 g
Gesamt		200 kg	2874	Ø 70 g

In den Haushalten, die sich an der schriftlichen Befragung beteiligt haben, leben insgesamt 280 Personen, davon 27 Kinder. Bei der in der Befragung angegebenen Menge der abgegebenen Batterien von ca. 700 Stück wurden pro Person durchschnittlich 2,5 Batterien in drei Monaten abgegeben. Dies entspricht einer Masse von 54 g. Hochgerechnet auf ein Jahr entspräche dies etwa zehn Batterien bzw. 216 g pro Jahr und pro Person. Nach Angaben der GRS lag im Jahre 2003 die Menge der im Durchschnitt von jedem Bundesbürger zurückgebrachten Batterien bei 140 Gramm (GRS 2004).

Die im Zeitraum von sieben Monaten von September 2003 bis April 2004 in den drei Wohngebieten gesammelten 200 kg Batterien entsprechen einer Menge von ca. 9090 Stück. Dies wiederum entspricht etwa 3,2 Batterien, die theoretisch von jedem der angesprochenen knapp 3000 Haushalten in sieben Monaten abgegeben wurden. Auf ein Jahr bezogen wären das 5,5 Batterien pro Haushalt. Dies ist, bezogen auf die in den Haushalten verwendete Menge im Jahr, ein hoher Anteil, der etwa einem Viertel bis der Hälfte der verwendeten Batterien in den Haushalten entspricht. Dies zeigt, dass das Angebot der Batterieannahme bei den Conciergen ausgesprochen gut angenommen worden ist.

In der schriftlichen Befragung gab die überwiegende Mehrzahl der Befragten an, dass sie vor dem Angebot bei den Conciergen Batterien bei öffentlichen Sammelstellen abgeben haben (95,8 %). Batterien gesammelt, aber nicht abgegeben haben 7,1 %. Fünf Befragte (3,0 %) gaben an, Batterien bislang in den Hausmüll geworfen zu haben. In den Interviews äußerten

⁶⁰ Durchschnittsmäßig ist die Sammelmenge pro Haushalt in dem Wohngebiet, in dem vor allem Familien leben am höchsten. Dies stärkt die Vermutung, dass von diesen Haushalten mehr Batterien benutzt und entsorgt werden, als von Haushalten, in denen keine Kinder leben.

alle Befragten, sie hätten Batterien früher im Handel bzw. am Arbeitsplatz abgegeben. Von den zufällig ausgewählten InterviewpartnerInnen nutzten fünf von sieben Befragten inzwischen die Möglichkeit Batterien bei ihrem Concierge abzugeben, obwohl einige von ihnen noch bei der Meldung zu einem Interview angegeben hatten, dass sie das Angebot noch nicht in Anspruch genommen haben. Von den NutzerInnen werden einige Vorteile genannt, die sie bei der Abgabe bei den Conciergen sehen. Als positiv wird beschrieben, dass der Weg nicht so weit ist, die Batterien werden entweder im Vorübergehen oder im Zusammenhang mit anderen Besorgungen beim Concierge abgegeben. Eine ältere Frau äußerte sich in die Richtung, dass sie bei den Conciergen ein größeres Vertrauen habe, dass ihre abgegebenen Batterien ordentlich entsorgt werden: „Es ist günstiger (Batterien im Concierge abzugeben), weil im Supermarkt kommt oft vor, dass die (Behälter) total überfüllt sind und ich habe sie schon mal so nebenbei hinlegen müssen und das finde ich nicht gut. Wenn, denn möchte ich sie eigentlich direkt in den Behälter tun, dann weiß ich, da werden sie gesammelt, sonst weiß ich ja auch nicht, werden die dann auch recycelt oder was immer man damit macht.“ (Allein lebende Frau, 57 Jahre)

Zwei Männer erklärten in den telefonischen Interviews, dass sie die Batterieabgabe beim Concierge nicht nutzen, einer, weil er gute Möglichkeiten hat auf dem Weg zum Arbeitsplatz Batterien abzugeben und der Concierge noch nicht geöffnet hat, wenn er auf seinem Weg zur Arbeit daran vorbei kommt, der andere sprach von der Tradition, sie im Supermarkt zu entsorgen: „Nee, ich habe Batterien da noch nie abgegeben. Ich habe die immer alle zum ... das ist so eine Art Tradition wenn man so will, immer bei den Supermärkten, da ist so ein Ding, da habe ich die dann mitgenommen zum Einkauf.“ (Allein lebender Mann, 48 Jahre) Dies deutet darauf hin, dass gut in den Alltag integrierbare oder routinisierte Entsorgungsgewohnheiten eher beibehalten werden.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass das Angebot die Abgabe von Batterien von öffentlichen Sammelstellen zu den Conciergen hin verschiebt und damit für die Haushalte erleichtert. Ob wegen des wohnortnahen Angebotes mehr Batterien der ordentlichen Entsorgung zugeführt werden, kann anhand der erhobenen Daten nicht eingeschätzt werden. Es ist aber wahrscheinlich, dass die Erfassungsquote sich für die Wohngebiete durch dieses Angebot erhöht hat, da die erfassten Mengen nahe der durchschnittlichen Erfassungsmenge in der Bundesrepublik liegen bzw. sie übersteigen und gleichzeitig in den Interviews deutlich wurde, dass auch weiterhin Sammelstellen in Geschäften und öffentlichen Einrichtungen genutzt werden.

6.4.6.1 Nutzung eines Testgerätes für Batterien

Grundsätzlich ist es zu empfehlen, Sammelbehälter für Batterien mit Testgeräten auszustatten. Damit wäre es möglich zu vermeiden, dass noch nicht vollständig entladene Batterien vorzeitig entsorgt werden. An der ETH Zürich wurde im Jahr 2002 anhand einer repräsentativen Stichprobe aus zufällig ausgewählten Recyclingboxen die Restkapazität weggeworfener Alkali-Mangan-Batterien der Größe „AA“ bestimmt (Zinniker 2003).⁶¹ Das Ergebnis der

⁶¹ Alkali-Mangan-Batterien wurden im Frühjahr 2002 vom Schweizer Verbrauchermagazin „Kassensturz“ 19 zufällig gewählten Sammelboxen in Supermärkten, Elektrogeschäften und Büros in der Region Zürich und Basel entnommen. Im ersten Schritt wurden alle anderen Batterietypen sowie alle veralteten und sichtbar beschädigten Batterien aussortiert. Bei den verbleibenden 636 Stück wurde die Ausgangsspannung V_i jeweils nach einer Belastung mit einem Konstantstrom von 120 mA und 30 Sekunden Warten vom Digitalmessgerät abgelesen. Danach wurde jede Batterie einer von 6 Klassen von 1,0 V bis 1,5 V mit einer Breite von 0,1 V zugeordnet. Fast vollständig entladene Batterien mit ei-

Untersuchung zeigt, dass ein bedeutender Teil (33 %) der Batterien weggeworfen werden, obwohl sie noch genutzt werden könnten. Etwa zehn Prozent der untersuchten Batterien können als neu betrachtet werden, 30 Prozent waren weniger als zur Hälfte und nur 40 Prozent komplett entladen. Da sich die Restkapazitäten in den 19 untersuchten Sammelboxen kaum unterschieden, kann angenommen werden, dass andere Sammelbehälter, auch in anderen Industrieländern, ähnliche Ergebnisse zeigen würden. Zinniker (2003) führt mehrere Gründe dafür an, dass VerbraucherInnen Batterien kaufen und dann ein Drittel der bezahlten Energie wegwerfen:

- In Hightech-Geräten mit großer Leistung können Batterien nicht vollständig entladen werden, weil die Spannung unter die vom Gerät geforderte Mindestspannung fällt und dieses abschaltet, obwohl die Batterien nur teilweise entladen sind.
- Vor wichtigen Einsätzen setzen viele NutzerInnen sicherheitshalber neue Batterien in ihre Geräte ein und entsorgen die alten.
- Die VerbraucherInnen haben keine zufriedenstellende Möglichkeit zum Testen der Batterien. Die in wenigen Geräten vorhandenen Batteriestatusanzeigen zeigen nur an, wie gut die Batterien für die Benutzung in eben diesem Gerät ist. Universalbatterietester sind nur bei wenigen NutzerInnen vorhanden. Die meisten sind unpraktisch und ungenau.
- Batterien sind so preisgünstig, dass es nur geringe finanzielle Anreize gibt, damit sparsam umzugehen.

Die Untersuchung der Nutzung der Batterieabgabe zeigte, dass die Verwendung des den Conciergen zur Verfügung gestellten Batteriemessgerätes von der Präsentation des Angebotes abhängig ist. In einer der drei Concierge-Station nutzen die Menschen häufig das direkt neben dem Sammelbehälter ausliegende Testgerät für Batterien, das anzeigt wie viel Kapazität in der Batterie noch enthalten ist. Sie nehmen Batterien, die noch nicht vollständig entladen sind, wieder mit. Diese Beobachtung wurde von einer Concierge-Mitarbeiterin mitgeteilt, die Nutzung des Batterietestgerätes kann jedoch anhand der vorliegenden Daten nicht quantifiziert werden.

In den anderen beiden Logen wurden Batteriemessgeräte den Conciergen vom Projekt ebenfalls zur Verfügung gestellt, sie wurden von den MitarbeiterInnen aber nicht an den Sammelbehältern ausgelegt. Dies ist eine Folge der Einstellung der MitarbeiterInnen dazu, für wie sinnvoll sie es halten, noch nicht vollständig genutzte Batterien nicht wegzuworfen, sondern weiter zu nutzen. Während in der Loge, in der das Gerät ausgelegt wurde, von der Mitarbeiterin das Einsparen noch nutzbarer Batterien als sinnvolles und für die NutzerInnen wirtschaftliches Vorgehen angesehen wird, wurde von einer anderen Mitarbeiterin ein solches Vorgehen als „kleinlich“ eingeschätzt. „Ja, das Batterietestgerät hängt neben dem Sammelbehälter. Und Mieter die sich nicht sicher waren, ob sie noch Spannung in ihren Batterien haben oder so, also dieses Messgerät ist auch sehr sehr oft in Anspruch genommen worden. Sie testen die Batterien oft, bevor sie die wegwerfen. Da sagen die Leute, dass das gut ist. Also gerade wir haben ja sehr viele ältere Mieter, die natürlich ge-

ner Ausgangsspannung von weniger als 1,0 V wurden als vollständig entladen angenommen, obwohl sie noch eine kleine verbleibende Kapazität hatten, die zum Betrieb von Kleinstverbrauchern genutzt werden könnte. Mit den anderen Klassen wurden zur Restkapazitätsbestimmung Entladetests durchgeführt.

rade im Zuge dieser ganzen Sparmaßnahmen halt dann auch bei Batterien sparen. Und wenn du denen sagst, die sind noch halb voll, nehmen sie sie auch wieder mit.“ (Concierge A) Die skeptische Concierge äußerte sich hingegen wie folgt: „Die schmeißen Batterien einfach in den Behälter. Also da fragt auch keiner nach, kann ich die Batterien mal testen oder so (...) Ich denke mal, das ist aber auch so, weil ich das Testgerät da hinten gelassen habe und nicht hier vorne stehen habe. Klar, wenn mich mal einer fragt, heute hat mich einer gefragt, ob ich das mal nachmessen kann und da war nur eine der Batterien leer und die anderen hat er wieder mitgenommen, aber im Regelfall denke ich mal, die Leute merken's wenn die Batterien alle sind, wenn ihre Geräte nicht mehr funktionieren. Die Leute bei uns sind nicht so kleinlich, also ich denke mal, das hat was mit Kleinlichkeit zu tun. (...) Na ja Kleinlichkeit, Sparsamkeit, ich meine man kann sich ja ausrechnen, wenn da nur noch ein Futzel drinne ist, dass die eh bald alle ist, also das bringt so oder so nichts, dann kann ich mir auch wieder fünf von Aldi oder von Lidl kaufen, so rein theoretisch. So sehe ich das zumindest.“ (Concierge B) Die Mitarbeiterin berichtet über die Erfahrung, dass sie auf Nachfrage Batterien für einen Kunden getestet hat und nur eine der Batterien tatsächlich leer war, dennoch vermutet sie, dass sich die Überprüfung von Batterien nicht lohnt und es einfacher sei, neue Batterien zu kaufen.

6.4.7 Hemmnisse und Potenziale von Akku-Pflegestation und Batterieabgabe beim Concierge

Im Folgenden werden die ermittelten Hemmnisse und Potenziale zusammengestellt, die sich aus der Untersuchung der Nutzung von Batterieabgabe und Akku-Pflegestation beim Concierge gezeigt haben. Wesentliches Ergebnis der Erhebung ist, dass die Nutzung der Akku-Pflegestation nur für bestimmte Gruppen interessant ist.

6.4.7.1 Akku-Pflegestation

Die Nutzung der Akku-Pflegestation war mit etwas mehr als 80 Nutzungen in drei Stationen in sieben Monaten gering. Ursache hierfür ist vermutlich, dass die angesprochenen Haushalte in den untersuchten Wohngebieten aufgrund ihrer Geräteausstattung einen insgesamt geringen Bedarf an mobiler Energieversorgung haben. Darüber hinaus sind für Geräte mit geringem Strombedarf (wie z.B. Uhren) Akkus in der Anschaffung einerseits zu teuer und andererseits auch aus technischer und ökologischer Sicht nicht empfehlenswert. In Haushalten, in denen der Bedarf höher ist, sind Akkuladegeräte häufig bereits vorhanden, sodass die Nutzung des Serviceangebotes sich für diese Haushalte nicht unmittelbar anbietet.

Die Ausstattung der Haushalte mit (vermutlich vor allem einfachen) Akkuladegeräten war für den geringen Grad der Ausstattung mit energieintensiven batteriebetriebenen Geräten im befragten Sample relativ hoch (48,5 % besitzen ein Akkuladegerät). Dies stellt ein Hemmnis dar, da die hohe Ausstattung mit Akkuladegeräten die gemeinschaftliche Nutzung eines Gerätes mit vergleichbarem Nutzen überflüssig macht. Der erweiterte Leistungsumfang des von den Conciergen betriebenen hochwertigen Akkuladegerätes⁶² kann grundsätzlich ein Potenzial für die gemeinschaftliche Nutzung darstellen, da dadurch Akkus im Vergleich mit einfachen Aufladegeräten für einen längeren Zeitraum unter optimaleren Bedingungen genutzt

⁶² Test- und Pflegefunktionen sowie die Möglichkeit Alkali-Mangan-Zellen (RAM) zu laden, für die ansonsten ein Spezialgerät erforderlich würde.

werden können. Diese Vorteile wurden von den Conciergen stark kommuniziert und einige der NutzerInnen nahmen das Angebot explizit wegen dieser Möglichkeiten wahr.

In diesem Zusammenhang fiel auf, dass Regenerationsmöglichkeiten für eingebaute Geräteakkus (Rasierapparate, Zahnbürsten, Handys etc.) vielfach nachgefragt wurden, aber aufgrund des Leistungsumfangs des zur Verfügung stehenden Gerätes nicht befriedigt werden konnte. Hier scheint bei den Haushalten ein größerer Bedarf zu bestehen, der unseres Wissens nach, bislang noch nicht durch ein gut zugängliches Angebot befriedigt werden kann.

Die Nutzung von Batterien und Akkus stellt komplexe technische Anforderungen an die VerbraucherInnen. Die Entscheidung für welche Geräte der Einsatz welchen Systems sowohl in finanzieller Hinsicht als auch im Hinblick auf die Umweltbelastungen am sinnvollsten ist, erfordert umfangreiche Kenntnisse über die Anforderungen der Geräte und die Eigenschaften der verschiedenen Möglichkeiten mobiler Energieversorgung mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen. Eine Dienstleistung, die den Informationsaufwand sowie die Wartung, Pflege und Entsorgung übernimmt, könnte positive Effekte sowohl im Hinblick auf eine optimiertere Nutzung und als auch auf ökologische Effekte haben.

Leider war es aus verschiedenen Gründen nicht möglich mit dem Angebot der AkkuPflegestation den NutzerInnen auch den Kauf von NiMH-Akkus anzubieten. In der Concierge-Loge, in der die Akku-Pflegestation am häufigsten genutzt wurde, gab es einige Nachfragen, wo man empfehlenswerte Akkus kaufen könne. Diese Frage konnte von den MitarbeiterInnen nicht beantwortet werden, da es in der Vorbereitung des Angebotes in keinem der drei Wohngebiete gelungen war Einzelhändler zu finden, die NiMH-Akkus in ihr Angebot aufnehmen wollten oder konnten (vgl. Kapitel 5.5.1). Die Nachfragen zeigen, dass die Kombination des Angebotes mit der Möglichkeit Akkus auch gleich vor Ort zu beziehen, die Chance geboten hätte, die Nutzung von umweltverträglicheren Akkus zu fördern.

Die befragten InterviewpartnerInnen verhalten sich in Bezug auf die Nutzung von Batterien und Akkus in der Regel ökonomisch. Sie argumentieren in Bezug auf ihre Nicht-Nutzung von Akkus vor allem über ihren geringen Bedarf und den geringen Preis der Batterien, die sie für ihren Bedarf benötigen. So äußerte ein 48 jähriger, allein lebender Mann, dass Akkus für seine Zwecke zu teuer seien und er zudem ein Ladegerät bräuchte, Akkus für ihn in der Nutzung zu unbequem seien, weil sie erst geladen werden müssten, bevor er sie verwenden könne. Das Angebot der Akku-Pflegestation sei mit zusätzlichem Aufwand verbunden (Abgabe, Abholung). Die Vorteile von Akkus gegenüber denen von Batterien stünden in keinem Verhältnis zum Preis der Batterien, die er im Jahr benötigt, da er seinen jährlichen Bedarf für 99 Cent decken kann.⁶³

6.4.7.2 Batterieabgabe

Das Angebot ist von den BewohnerInnen der drei Wohngebiete schnell und gut angenommen worden. Ein Potenzial an Ressourceneinsparmöglichkeiten besteht darin, die Sammelbehälter mit Batteriemessgeräten auszustatten. In dem Concierge-Dienst, in dem dieses Gerät den NutzerInnen zur Verfügung gestellt wurde, wurde das Angebot häufig angenommen und nicht vollständig entladene Batterien zur Weiternutzung wieder mit genommen. Einziges

⁶³ „Ja, dann muss ich die da abgeben und dann laden die die und dann kann ich sie ja dann wieder mitnehmen. Ich weiß das schon, aber na ja, also das ist dann auch zum Teil Bequemlichkeit, sage ich mal ehrlich. Wissen Sie, Sie kriegen heute für 99 Cent 16 Batterien in der Reihe, das reicht für das ganze Jahr und das ist okay, ne.“ (48 jähriger allein lebender Mann)

Hemmnis für die Nutzung der Batterieabgabe beim Concierge sind die Öffnungszeiten, die sich bei einigen Befragten mit ihren Arbeitszeiten deckten, sodass diese generell Schwierigkeiten haben, die Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Grundsätzlich kann aber aus den Erfahrungen mit dem Angebot in drei Wohngebieten mit insgesamt knapp 3000 Wohneinheiten geschlossen werden, dass in der wohnortnahen Sammlung von Altbatterien Potenziale liegen, die Rücklaufquoten von Batterien zu steigern und damit einer gesicherten Entsorgung zuzuführen.

6.4.8 Anbietersicht

Um die Sicht der AnbieterInnen zu erfassen, wurde sowohl mit den MitarbeiterInnen vor Ort gesprochen, die mit der Durchführung der Arbeiten beschäftigt waren, als auch mit den beiden für die Concierge-Dienste zuständigen Mitarbeiter auf der Managementebene.

Das Gespräch mit den beiden Managern ergab, dass sie die Nutzung der Akku-Pflegestation als zu gering ansahen, als dass das Angebot weiter geführt werden sollte. Sie wollten die konkrete Entscheidung, ob die Angebote weiter geführt werden oder nicht, den MitarbeiterInnen vor Ort überlassen, da diese im direkten Kontakt mit den KundInnen besser einschätzen können, wie die KundInnen auf eine Beendigung des Angebotes Akku-Pflegestation reagieren.

Die Gespräche mit den MitarbeiterInnen in den Concierge-Diensten ergaben, dass mit dem Betrieb des Dienstes - zumindest auf dem niedrigen Niveau der Nutzung - nur ein geringer zeitlicher Aufwand verbunden ist: Die Akkus müssen lediglich in das Gerät eingesetzt werden, die Auswahl des geeigneten Ladeprogramms und die Abschaltung des Ladevorganges erfolgt automatisch. Alle drei Conciergen erklärten, dass sie sich ohne den hohen Automatisierungsgrad des Gerätes, mit dem die Akku-Pflegestation betrieben wurde, von der Komplexität der technischen Zusammenhänge überfordert gefühlt hätten. Dies äußerten sie auch im Zusammenhang mit von den KundInnen geäußertem Beratungsbedarf. Eine mögliche fachliche Überforderung im Umgang mit den verschiedenen Akkutypen wurde vom Gerät aufgefangen, die Weitergabe fachlich fundierter Informationen erwies sich als schwierig. Die Conciergen lösten diese Schwierigkeit, indem sie bei Nachfragen auf die vom Forschungsvorhaben zusammengestellte Informationsmappe verwiesen, die sie mehrfach kostenlos kopierten und an Interessierte weitergaben.

In zwei von drei Conciergen befürworteten die MitarbeiterInnen eine Beendigung des Angebotes, da die Nutzung sehr gering war und auch noch niemand das Angebot mehrfach in Anspruch genommen hatte. Im dritten Concierge-Dienst, war die Mitarbeiterin bezüglich der Frage, ob das Angebot weiter geführt werden sollte zunächst unsicher, einerseits schätzte auch sie die Nutzung mit 50 - 60 Nutzungen in sieben Monaten als niedrig ein, andererseits gab es fünf regelmäßige NutzerInnen. Nach der Mitteilung, dass ihre KollegInnen das Angebot nicht weiter führen werden, entschloss auch sie sich dazu, die Akku-Pflegestation nicht weiter zu führen.

Die Batterierücknahme wurde sowohl von den Managern als auch von den Concierge-MitarbeiterInnen als erfolgreiches und einfach umzusetzendes Angebot eingeschätzt, mit dem das Leistungsspektrum des Concierge-Dienstes gut ergänzt werden kann. Das Angebot wird in allen drei von dem Unternehmen derzeit betriebenen Logen weiter geführt. Der zeitliche Aufwand für das Angebot ist sehr gering, da die GRS als tragende Organisation sich im

Austausch der gefüllten Behälter an den Zeitrahmen orientieren kann, den die Conciergen vorgeben. Die Auftragserteilung für den Austausch erfordert lediglich einen kurzen Anruf und das Testen bzw. Entsorgen der Batterien übernehmen die NutzerInnen der Concierge-Dienste in der Regel selbst.

Grundsätzlich äußerten sich die beiden Manager zum Angebot von umweltrelevanten Dienstleistungen im Rahmen der Concierge-Dienste im Wohnumfeld skeptisch, nach ihren Erfahrungen besteht für solche Angebote keine Nachfrage. Die Rolle eines Promoters für umweltrelevante Fragestellungen im Bereich des alltäglichen Konsums einzunehmen, sahen sie für sich nicht als Ziel.

6.4.9 Zwischenfazit

Mit dem Angebot von zwei umweltrelevanten Dienstleistungen in der schon vorhandenen Dienstleistungsstruktur „Concierge“ sollte erprobt werden, inwieweit sich dieses Serviceangebot im Wohnumfeld eignet, nachhaltige Konsumalternativen zu erleichtern und damit zu einer Förderung der Entwicklung nachhaltigerer Konsummuster beizutragen. Anders als in den vier Wohnanlagen, in denen die BewohnerInnen vor der Entwicklung und Implementation befragt und teilweise über Zukunftswerkstätten, Workshops etc. in die Angebotsentwicklung einbezogen wurden, fand bei den BewohnerInnen der von den Conciergen betreuten Wohnanlagen keine Bedarfserhebung statt. Die beiden Angebote wurden aus Gründen der Praktikabilität und einfachen Umsetzbarkeit ausgewählt. Gegen andere vom Forschungsvorhaben vorgeschlagene mögliche Maßnahmen bestanden bei dem kooperierenden Unternehmen Bedenken, weshalb sie nicht in den drei Concierge-Stationen erprobt worden sind (vgl. Kapitel 5.5.1). Eine Bedarfserhebung vor der Einrichtung der Angebote hätte möglicherweise bereits gezeigt, dass der Bedarf an mobiler Energieversorgung und der Ausstattungsgrad mit batteriebetriebenen Geräten in den von den Angeboten angesprochenen Haushalten relativ gering ist, sodass in vielen Haushalten die Nutzung von Akkus wirtschaftlich und ökologisch eher nicht sinnvoll ist. Dies verweist auf die Bedeutung von Bedarfsanalysen im Vorfeld der Konzeption neuer Angebote.

Mit dem wohnungsnahen Angebot der Akku-Pflegestation ist es nicht gelungen eine größere Gruppe von Menschen anzusprechen, für die die Nutzung mit Vorteilen verbunden ist. Eine mögliche Zielgruppe für ein solches Angebot sind Kinder und Jugendliche, hier gibt es Hinweise in unserer Untersuchung, dass bei ihnen ein größerer Bedarf nach Batterien bzw. Akkus besteht. Hier wäre zu überlegen, ob ähnlich konzipierte Angebote in Kindertageseinrichtungen, Schulen und Jugendzentren mit größerem Erfolg eingerichtet werden könnten.

Bei der Umsetzung der Akku-Pflegestation wurde deutlich, dass der Umgang mit Batterien und Akkus ein komplexes Thema ist, dass eine Reihe von Kenntnissen erfordert, über die die MitarbeiterInnen der Concierge-Stationen nicht verfügen. Sie sahen sich insbesondere durch Fragen der KundInnen zu technischen Aspekten überfordert. Es kann also nicht davon ausgegangen werden, dass Concierge-MitarbeiterInnen zusätzlich zu ihren anderen Aufgaben die Aufgaben von UmweltberaterInnen im Wohnumfeld übernehmen können. Der Umgang mit dem Akkuladegerät selbst war für die Conciergen unproblematisch, da hierzu keine größeren Kenntnisse erforderlich sind.

Das Angebot der Batterieabgabe wurde sehr gut angenommen. Die Möglichkeit Batterien wohnortnah zu entsorgen, stellt nur geringe Anforderungen an die Umstellung von Alltags-

routinen. Studien zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten haben gezeigt, dass Konsumalternativen, die sich mit geringerem Aufwand umsetzen lassen, eine größere Chance auf eine Umsetzung haben als solche, die mit weiter reichenden Umstellungen verbunden sind. Bereiche, in denen von der Umweltbewusstseinsforschung eine hohe Handlungsbereitschaft festgestellt wurde, sind häufig sogenannte Low-Cost-Bereiche (z.B. Abfallsortierung, Kaufverhalten), die einen geringen Mehraufwand in der Umstellung des Verhaltens erfordern. High-Cost-Situationen sind dagegen die Felder Verkehr und Energie (Diekmann, Preissendörfer 1992, nach Schultz, Weller 1997: 126). Das Angebot der Batterieabgabe beim Concierge ist ein Angebot, dass im Low-Cost-Bereich Abfallsortierung angesiedelt ist. Für die Conciergen bedeutet die Organisation der Sammlung und Abholung durch die GRS einen nur sehr geringen Aufwand.

Die Möglichkeit Conciergen als eine vorhandene Dienstleistungsstruktur im Wohnumfeld zu nutzen, an die Angebote für nachhaltigere Konsumalternativen angebunden werden könnten, hat sich in der Erprobung der beiden Angebote als schwieriger heraus gestellt, als erwartet. Probleme bestehen sowohl in der Entwicklung als auch in der Umsetzung von Angeboten, die nachhaltiges Konsumverhalten fördern können.

7 Nachhaltigkeitseffekte von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen

In diesem Kapitel diskutieren wir anhand der in Zusammenhang mit dem Vorhaben umgesetzten bzw. untersuchten Maßnahmen Verleihbörse und Ökolieferdienst/ Gemüseabonnement, wie organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld im Hinblick auf ihre Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung zu bewerten sind.

Bei der Suche nach Kriterien für die Abschätzung und Bewertung der Nachhaltigkeitseffekte von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen mussten wir feststellen, dass hierzu bislang kaum Arbeiten vorliegen. Die im Rahmen der Studie der Helmholtz-Gemeinschaft deutscher Forschungsgesellschaften (HGF) formulierten (Kopfmüller et al. 2001) und von der sozial-ökologischen Forschungsgruppe „Regionaler Wohlstand“ weiterentwickelten (Schäfer et al. 2003) Ziele für eine nachhaltige Entwicklung bieten eine gute Orientierung für die Beurteilung von Nachhaltigkeitseffekten. Sie sind allerdings so allgemein gehalten, dass sie nicht unmittelbar auf konkrete Maßnahmen angewandt werden können. Den in unserem Vorhaben untersuchten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen noch am nächsten kommen die von Barthel und Kristof (2002) betrachteten haushaltsnahen Dienstleistungen. Die von ihnen vorgelegte Checkliste ist jedoch ohne eine Systematik, die sich zu den von uns untersuchten Maßnahmen in Beziehung setzen lässt.

Aufgrund der hohen Komplexität des Themenfelds nachhaltiger Konsum ist es zudem derzeit (möglicherweise auch prinzipiell) nicht möglich, Nachhaltigkeitseffekte von nachhaltigeren Konsumalternativen anhand eines einheitlichen Kriterienkatalogs zu bewerten, da die verschiedenen Handlungs- bzw. Konsumbereiche jeweils unterschiedliche Systemeigenschaften aufweisen (vgl. Brand et al. 2003). Sie unterscheiden sich u.a. hinsichtlich der Frage, welche Dimensionen und Aspekte von ihnen beeinflusst werden oder nicht. So stellen die in diesem Kapitel exemplarisch untersuchten Maßnahmen jeweils unterschiedliche Strategien zur Förderung von nachhaltigen Konsummustern dar: Die Verleihbörse ist eine Form der organisierten Gemeinschaftsnutzung von Gebrauchsgütern mit einem hohen Anteil an Selbstorganisation und einem geringen Dienstleistungsanteil in Form von Unterstützung durch die Wohnungsbaugenossenschaft. Ökolieferdienste und Gemüseabonnements sind ökologische Dienstleistungen, die durch einen vergleichsweise hohen Dienstleistungsanteil nachhaltigeren Konsum im Bedürfnisfeld Ernährung befördert.

Wir werden daher jeweils im Einzelnen begründen, welche Kriterien wir bei der Untersuchung der einzelnen Fallbeispiele heranziehen, und so jeweils unterschiedliche und konkret auf die betrachtete Maßnahme bezogene Bewertungskriterien ansetzen.

Eine Besonderheit unseres Vorgehens ist, dass wir uns bei der Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte auf empirisch erhobene Daten zur Nutzung und den Nutzungsmustern bei der Inanspruchnahme der Maßnahmen beziehen.

7.1 Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse

7.1.1 Erwartete Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse

Mit der Einrichtung der Verleihbörse waren zwei Zielsetzungen verbunden: die Förderung von Gemeinschaftsnutzungen und die Förderung des sozialen Lebens in der Nachbarschaft bzw. Genossenschaft. Somit ist die Verknüpfung von ökologischen und sozialen Aspekten das wesentliche Charakteristikum der Verleihbörse, sodass die wesentlichen Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse in diesen beiden Dimensionen zu erwarten sind.

In Bezug auf die ökologische Dimension ist mit gemeinschaftlichen Nutzungen die Erwartung einer größeren Ressourceneffizienz und damit einhergehenden Umweltentlastungen verbunden. In diesem Zusammenhang gilt es abzuschätzen, mit welchen ökologischen Be- und Entlastungen die Verleihbörse verbunden ist (7.1.2.1). Hierfür sind sowohl die Be- und Entlastungspotenziale, die sich aus der Nutzung der Verleihbörse ergeben, von Bedeutung als auch die Organisation der Verleihbörse und der hiermit verbundene Ressourcenverbrauch.

Die Nachhaltigkeitseffekte der Verleihbörse in der sozialen Dimension können in zweierlei Hinsicht konkretisiert werden: In Verbindung mit der Förderung des sozialen Lebens in der Nachbarschaft/Genossenschaft kann die Verleihbörse einen Beitrag zum Aufbau und Erhalt von sozialen Netzen leisten. Soziale Netze stellen eine wesentliche soziale Ressource bzw. soziales Kapital der Gesellschaft dar (Biesecker 2004; Birkhölzer 2004; Putnam 2001). Die Erhaltung und Förderung der sozialen Ressourcen der Gesellschaft ist ein wichtiger Aspekt des Nachhaltigkeitsziels „Bewahrung der Entwicklungs- und Handlungsmöglichkeiten“ (Kopfmüller et al. 2001). Für die Abschätzung des Beitrages des Projektes „Verleihbörse“ zu einer nachhaltigen Entwicklung ist daher zu fragen, inwieweit die Verleihbörse zu Aufbau und Entwicklung von sozialen Netzen im Wohnumfeld beiträgt (7.1.2.2). Der Aufbau und Erhalt von sozialen Ressourcen bzw. sozialem Kapital stellt einen Beitrag zur gesellschaftlichen Wohlfahrt dar. Im Sinne eines erweiterten Ökonomiebegriffs, der sich an der gesellschaftlichen Wohlfahrt (und nicht ausschließlich an der Wertschöpfung) orientiert, stellt die Unterstützung von sozialen Netzen auch einen Beitrag zur ökonomischen Nachhaltigkeit dar (vgl. Biesecker 2004).

Darüber hinaus ist ein wesentliches Charakteristikum der Verleihbörse, dass es sich hierbei um ein Nachbarschaftsprojekt handelt und damit auf die aktive Beteiligung der Bewohnerinnen der „Bremer Höhe“ setzt. Dabei machen diese Erfahrungen bei einem Gestaltungsprozess. Es ist zu fragen, inwieweit damit Effekte verbunden sind, die einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten (können) (7.1.2.3).

7.1.2 Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte durch die Verleihbörse

7.1.2.1 Ökologische Effekte in Zusammenhang mit der Förderung gemeinschaftlicher Nutzungen

Bei der Abschätzung der ökologischen Be- und Entlastungspotenziale beziehen wir uns in erster Linie auf den Primärenergieverbrauch, der sich als Orientierungsgröße für die Einschätzung des Ressourcenverbrauchs etabliert hat.

Die Untersuchung der Nutzungsmuster der Verleihbörse zeigte, dass nur ein Teil der Leihvorgänge im Rahmen der Verleihbörse einen Kauf ersetzt, im betrachteten Zeitraum wurden

durch die Leihmöglichkeiten aber bereits Anschaffungen von Gebrauchsgütern vermieden (vgl. 6.1.6). Die Befragungsergebnisse deuten dabei darauf hin, dass Umweltentlastungspotenziale vor allem in der Einsparung von elektrischen Kleingeräten bestehen: Im Untersuchungszeitraum wurden als durch die Verleihbörse vermiedene Anschaffungen der Nicht-Kauf eines Schleifgerät und eines Waffeleisens erfasst. Daraus leitet sich im Folgenden die Abschätzung der ökologischen Entlastungen ab.

Die Einsparung dieser beiden, im Rahmen der Erhebung erfassten Geräte legen wir der Abschätzung der Umweltentlastungspotenziale der Verleihbörse für ein Jahr zu Grunde.⁶⁴ Bezogen auf die zwei erfassten Geräte ergibt sich eine Reduzierung der Primärenergieverbrauchs durch die Verleihbörse von $2 \times 214 \text{ MJ} = 428 \text{ MJ}$ (siehe Kasten „Orientierende Abschätzung I: Umweltentlastungspotenziale durch die Einsparung von Kleingeräten“) pro Jahr. Bei mehr eingesparten Geräte würde sich dieser Wert entsprechend erhöhen. Insgesamt zeigt die orientierende Abschätzung, dass sich die durch die Einsparung von Kleingeräten im Rahmen der Verleihbörse mögliche Reduzierung des Primärenergieverbrauchs in einer relativ kleinen Größenordnung bewegt. Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass es sich eben um kleine Geräte handelt.

Die geringe Größe - und damit Mülltonnengängigkeit - der Geräte ist jedoch im Hinblick auf die Entsorgung als ein Umweltproblem anzusehen, da sie dazu führt, dass ein wesentlicher Teil dieser Geräte über den Hausmüll entsorgt wird. Elektroaltgeräte enthalten zahlreiche Stoffe mit teilweise bekannten, teilweise unbekannten toxikologischen Wirkungen, die eine außerordentliche Umweltrelevanz besitzen (z.B. Flammenschutzmittelzusätze in Kunststoffen, Schwermetalle in elektrischen Bauteilen) (Handke 1995). Es wird davon ausgegangen, dass ein großer Teil der Schadstoffe in kommunalen Abfällen auf Elektro- und Elektronikaltgeräte zurückzuführen ist (Erdmann et al. 2002). Die Einsparung von Kleingeräten durch gemeinschaftliche Nutzungen trägt hier zu einer Entlastung bei diesen Schadstofffrachten bei. Insofern kommt zu der quantitativen Entlastung eine deutliche qualitative Entlastung hinzu.

Orientierende Abschätzung I: Umweltentlastungspotenziale durch die Einsparung von Kleingeräten

Über den Primärenergieverbrauch von Kleingeräten liegen leider kaum Daten vor. Im Rahmen einer Schweizer Untersuchung wurde mit dem Ziel der Verbraucherinformation der mit der Herstellung von verschiedenen Gegenständen und Geräten verbundene Primärenergieverbrauch⁶⁵ berechnet (Stiftung SIGA/ASS 1998a u. b). In dieser Veröffentlichung wird für verschiedene Haushaltsgeräte als Primärenergieverbrauch pro kg Gerätegewicht 107,2 MJ/kg angegeben. Wir gehen davon aus, dass der Primärenergieverbrauch bei der Herstellung von haushaltsüblichen elektrischen Werkzeugen sich in der gleichen die Größenordnung bewegt und verwenden daher diesen Wert für die weitere orientierende Abschätzung, da aufgrund der großen Vielfalt an Angeboten in der Verleihbörse auch aus einer gerätespezifischen Abschätzung, keine generellen Aussagen zur Verleihbörse abgeleitet werden könnten.

⁶⁴ Dies ist insofern eine vorsichtige Schätzung als damit die Ergebnisse der beiden Befragungen auf ein Jahr bezogen werden. Die schriftliche Befragung fand sieben Monate nach dem Start der Verleihbörse statt, die qualitativen Interviews verteilten sich über einen längeren Zeitraum zwischen 10 und 15 Monate nach dem Start der Verleihbörse. Es sind nicht alle Mitglieder der Verleihbörse von der Befragung erreicht worden, sodass wahrscheinlich ist, dass nicht alle Leihvorgänge von uns erfasst wurden.

⁶⁵ Die in der Studie ermittelten Werte sind dabei als tendenziell niedrig einzuschätzen, da bei der Stromerzeugung der Energiemix der Schweiz angewendet wurde, in der ein überdurchschnittlicher Anteil des Stroms aus Wasserkraft produziert wird.

Für die Abschätzung der Umweltentlastungspotenziale durch die Einsparung von Kleingeräten legen wir folgende Annahmen zu Grunde:

- Das Durchschnittsgewicht eingesparter Kleingeräte beträgt 2 kg.⁶⁶
- Da die Geräte nur für punktuelle Aktivitäten ausgeliehen werden (siehe Kapitel 6.1.6), ist die Abnutzung am geliehenen Gerät vernachlässigbar.
- Der Energieverbrauch des geliehenen Gerätes entspricht dem eines gekauften Gerätes.
- Der Transport erfolgt zu Fuß, da es sich um Leihvorgänge in der Nachbarschaft handelt.

Für ein eingespartes Kleingerät ergibt sich damit eine Primärenergieeinsparung von $2 \text{ kg} \times 107,2 \text{ MJ/kg} = 214,4 \text{ MJ}$, also rund 214 MJ

Sensitivitätsbetrachtung:

Der hier ermittelte Wert stellt vor dem Hintergrund der schlechten Datenlage und der Angebotsvielfalt in der Verleihbörse (bzw. Tauschbörse) eine grobe Abschätzung dar, die nur eine Größenordnung widerspiegeln kann. Tendenziell kann davon ausgegangen werden, dass die Umweltentlastungspotenziale um so höher sind, je größer die geliehenen Geräte sind.

Die Verleihbörse erfordert jedoch auch einen Einsatz von Ressourcen für die Organisation und die Kommunikation innerhalb der „Bremer Höhe“. Es stellt sich damit die Frage, inwieweit die oben genannten Entlastungspotenziale durch den Ressourcenaufwand bei der Organisation der Verleihbörse kompensiert werden.

Die wesentlichen regelmäßig anfallenden Tätigkeiten für die Organisation der Verleihbörse sind die Aktualisierung der Verleihliste und die regelmäßige Information der BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ über das Infoblatt. Eine orientierende Abschätzung zeigt, dass mit diesen Aktivitäten ein Primärenergieverbrauch von ca. 365 MJ verbunden sein kann (siehe Kasten). Aufgrund der eher großzügig gewählten Annahmen zum Papierverbrauch (siehe Sensitivitätsbetrachtung im Kasten) ist davon auszugehen, dass dieser Wert tendenziell eher unter- als überschritten wird.

Orientierende Abschätzung II: Primärenergieverbrauch für die Organisation der Verleihbörse: Aktualisierung des Verleihkatalogs und Öffentlichkeitsarbeit

Nach der Übergabe der Datenbank an einen Mitarbeiter der „Bremer Höhe“ hat dieser aufgrund von Neueintritten zweimal die Datenbank aktualisiert und die aktuellen Listen verteilt. Der Arbeitsaufwand betrug dabei ca. 4 Stunden (Angaben des Mitarbeiters). Die Verteilung der neuen Listen erfolgte zum Teil per Mail, zum Teil per Hauswurfsendung durch den Hausmeister.

Ausgehend von unseren Erhebungen legen wir der Abschätzung folgende Annahmen zu Grunde:

- Die Verleihbörse hat 20 Mitglieder (im betrachteten Zeitraum ist die Mitgliederzahl von 18 auf 22 angewachsen).
- Ausgehend von diesen Angaben, die sich auf einen Zeitraum von ca. 7 Monaten beziehen, gehen wir davon aus, dass im Laufe eines Jahres 3 Mal eine Aktualisierung vollzogen wird.
- Von den 4 Stunden Arbeit pro Aktualisierung werden 3 am PC verbracht.
- Die Hälfte der Mitglieder erhält die Liste per Mail (Angabe des Koordinators) und diese drucken sie selbst aus (Annahme). Dafür benötigen sie pro Aktualisierung 10 Minuten PC-Arbeitszeit, bei 10 Mitgliedern sind dies 100 Minuten (1,66 Stunden pro Aktualisierung). Die andere Hälfte der Mitglieder erhält den ausge-

⁶⁶ Das Durchschnittsgewicht von 2 kg leiten wir aus den im Erhebungszeitraum als eingespart bestimmten Geräten ab: Ein Waffeleisen wiegt ca. 2 kg (z.B. KRUPS Waffelchef 1,9 kg, Petra Electric Waffelautomat 1,7 kg, Severin Waffeleisen 2,2 kg), Schleifgeräte werden in unterschiedlichen Größen angeboten, kleine Winkelschleifer der Fa. Bosch wiegen laut Firmenkatalog ca. 1,5 kg, größere 4,2 kg, sodass wir hier annäherungsweise ebenfalls 2 kg Gerätegewicht veranschlagen.

druckten Katalog per Hauswurf. D.h. jedes Verleihbörsenmitglied hat zum Schluss eine ausgedruckte Verleihliste im Umfang von 10 Seiten⁶⁷. D.h. es werden pro Aktualisierung 200 Seiten Papier verwendet.

- Der Druck der Verleihlisten im Rahmen der Aktualisierung erfolgt auf einem Laserdrucker im Büro der „Bremer Höhe“, in den Privathaushalten werden die Listen auf Tintenstrahldruckern ausgedruckt. Die Druckgeschwindigkeit beträgt dabei 10 Seiten pro Minute.
- Alle Verleihlisten werden auf weißem holzfreiem Papier gedruckt.
- Die verwendeten PCs werden als vorhandene Ausstattung betrachtet, der anteilige Primärenergieverbrauch durch die Herstellung wird nicht mit eingerechnet.
- Es werden keine Leerlauf- oder Standby-Zeiten mit eingerechnet, sondern nur die reine Nutzungszeit der Geräte.

Ein wesentlicher Aspekt des Aufwands für die Aktualisierung der Verleihliste ist PC-Arbeit. Der mit der PC-Nutzung verbundene Energieverbrauch ist je nach Gerät unterschiedlich, beispielsweise ist der Energieverbrauch von neueren Geräten höher als der von älteren. Insgesamt liegen nur wenige Daten vor. Für unsere Abschätzung verwenden wir die folgenden Angaben:

- Für die Energieaufnahme eines PCs im Normalbetrieb wurden von Schischke und Kohlmeyer (2004) zwischen 57 Watt (Baujahr 1999) und 79 Watt (Baujahr 2003) ermittelt. Wir legen unseren Abschätzungen vor diesem Hintergrund eine Energieaufnahme von 60 Watt zu Grunde. Die Energieaufnahme eines Monitors (Kathodenstrahlbildschirm) beträgt durchschnittlich 70 Watt (Fraunhofer ISI /cepe 2003). Der mit einer Stunde Normalbetrieb von PC und Monitor beträgt demnach:
 $130 \text{ Wh} / 0,33 \times 0,0036 = 1,42 \text{ MJ}$
- Die Energieaufnahme eines Laserdruckers beträgt im Normalbetrieb 150 Watt (Fraunhofer ISI /cepe 2003). Dies entspricht einem Primärenergieverbrauch von 1,63 MJ pro Stunde.
- Die Energieaufnahme eines im Privathaushalt verwendeten Tintenstrahldruckers beträgt im Normalbetrieb 20 Watt (Fraunhofer ISI /cepe 2003). Dies entspricht einem Primärenergieverbrauch von 0,22 MJ pro Stunde.

Daraus ergibt sich der folgende geschätzte Primärenergiebedarf für die Pflege der Datenbank und Aktualisierung der Listen innerhalb eines Jahres:

	eine Aktualisierung	drei Aktualisierungen
4,66 Stunden PC-Nutzung (3 Stunden durch Koordination, 1,66 Stunden durch die NutzerInnen) inkl. Monitorbetrieb (1,42 MJ/h)	6,6 MJ	19,8 MJ
Papier für Ausdruck aller Verleihlisten auf weißem holzfreiem Papier, 200 Blatt (0,3 MJ/Blatt ⁶⁸)	60,0 MJ	180,0 MJ
10 Minuten Normalbetrieb eines Laserdruckers (Ausdruck von 100 Seiten mit einer Geschwindigkeit von 10 Seiten pro Minute)	0,3 MJ	0,9 MJ
10 Minuten Normalbetrieb eines Tintenstrahldruckers (Ausdruck von 100 Seiten mit einer Geschwindigkeit von 10 Seiten pro Minute)	0,04 MJ	0,12 MJ
Summe	66,94 MJ	200,82 MJ

Eine weitere wesentliche Aktivität für die Organisation der Verleihbörse stellt die Öffentlichkeitsarbeit zu diesem Projekt innerhalb der Genossenschaft dar, sodass die Existenz der Verleihbörse kontinuierlich präsent gehalten wird. Das wesentliche Medium für die Information der BewohnerInnen ist das Infoblatt der „Bremer Höhe“. Dieses erscheint 5-mal im Jahr mit einer Auflage von 500 Exemplaren, in denen durchschnittlich eine knappe halbe Seite über die Verleihbörse bzw. Tauschbörse berichtet wird (Angabe des Koordinators). Es kann also davon ausgegangen werden, dass innerhalb eines Jahres die Informationen über die Verleihbörse 2 DIN A4-Seiten in diesem Infoblatt beansprucht.

Angenommen wird, dass das Infoblatt in einem Copy-Shop vervielfältigt wird. Dort üblicherweise eingesetzte Standgeräte haben eine Energieaufnahme zwischen 1200 und 1500 W, für unsere nehmen wir 1400 W an, und eine Kopierleistung von 27 DIN A 4-Seiten pro Minute (Angaben der Fa. Copy Haus GmbH). Dies ergibt einen Primärenergieverbrauch von $1.400 / 0,33 \times 0,0036 \text{ MJ} / \text{h} = 15,27 \text{ MJ} / \text{h}$. Bei 27 Blatt in der Minute, ergibt dies einen Energieverbrauch von 0,01 MJ pro DIN A4-Seite

⁶⁷ Umfang von Verleihliste und Anbieterliste im November 2003

⁶⁸ Quelle: Stiftung SIGA/ASS 1998b

Für die Abschätzung des damit verbundenen Primärenergiebedarfs folgt daraus:

ca. 4 Stunden PC-Nutzung für das Verfassen der Artikel	
inkl. Monitorbetrieb (1,42 MJ/h)	5,7 MJ
500 Blatt holzfreies Papier (0,3 MJ/Blatt)	
(das Infoblatt ist beidseitig gedruckt)	150,0 MJ
Bedrucken von 1.000 Seiten (Fotokopierer)	10,0 MJ
Summe	165,7 MJ

Unter den hier angenommenen Voraussetzungen liegt der Primärenergieaufwand für die Organisation der Verleihbörse innerhalb eines Jahres größenordnungsmäßig um 367 MJ (~201 MJ für die Aktualisierung der Verleihliste und ~166 MJ für Mieterinformation im Rahmen des Infoblatts).

Sensitivitätsbetrachtung:

Als größter Einflussfaktor zeigt sich in der Abschätzung der Papierverbrauch durch das Ausdrucken der Verleihlisten. Die hier gewählten Annahmen stellen mit dem Ausdrucken durch alle Mitglieder einseitig auf holzfreiem Papier dabei eine Art maximalen Verbrauch dar. Würde Recyclingpapier verwendet, das einen Primärenergieverbrauch von 0,2 MJ pro Blatt hat, ist der Verbrauch beim Ausdruck aller Kataloge pro Aktualisierung insgesamt 40 MJ, d.h. der gesamte Primärenergieverbrauch sinkt um 20 MJ pro Aktualisierung. Ein platzsparendes Layout, beidseitiger Ausdruck oder aber die ausschließliche Verwendung der Liste am PC stellen weitere Maßnahmen dar, mit denen der Ressourcenverbrauch durch die regelmäßige Aktualisierung der Kataloge gesenkt werden kann. Seit der Erweiterung der Verleihbörse zur Tauschbörse wird für die Erstellung der Angebotszeitung anstelle des Datenbankprogramms Access eine spezielle Software für Tauschringe verwendet. Diese beinhaltet für die Ausgabe ein sehr platzsparendes Layout, sodass der Papierbedarf bereits gesunken sein dürfte.

Eine Gegenüberstellung der abgeschätzten Umweltentlastungspotenziale (um 428 MJ pro Jahr) und des für die Organisation der Verleihbörse abgeschätzten Primärenergieverbrauchs (≤ 367 MJ pro Jahr) zeigt, dass die mit der Verleihbörse verbundenen Be- und Entlastungspotenziale sich in einer als geringfügig einzuschätzenden Größenordnung bewegen, wobei der Ressourcenverbrauch für die Organisation tendenziell unterhalb der Umweltentlastungspotenziale liegt, sodass netto mit einer Umweltentlastung zu rechnen ist.

Aufgrund der Vielfältigkeit der Nutzungsmöglichkeiten im Rahmen der Verleihbörse und der schlechten Datenlage in Bezug auf den Ressourcenverbrauch durch Gebrauchsgüter im Haushalt stellen die hier angestellten Betrachtungen orientierende Abschätzungen dar, die dazu dienen die Größenordnung der ökologischen Effekte aufzuzeigen. In der weiteren Entwicklung der Verleihbörse/Tauschbörse können durch die Bildung und Verfestigung von nachbarschaftlichen Austauschbeziehungen mehr Gegenstände eingespart werden, was die Umweltentlastungspotenziale vergrößern würde. Dies ist jedoch nur schwer prognostizierbar. Aufgrund der Art der angebotenen Gegenstände ist allerdings davon auszugehen, dass keine bedeutenden Größenordnungen erreicht werden.

Zusätzliche Umweltbelastungen im Kontext der Verleihbörse, sogenannte Rebound-Effekte, können dadurch entstehen, dass das durch die Vermeidung eines Kaufes eingesparte Geld für umweltbelastenden Konsum verwendet wird. Darüber hinaus kann das vielfältige Angebot der Verleihbörse neue Bedürfnisse wecken. So wurde von verschiedenen Interviewpartnern erklärt, dass sich in der Verleihliste viele „Lustsachen“ befänden, und sie beim Lesen der Liste auch schon überlegt haben, was sie gerne mal ausprobieren würden (z.B. Videokamera, Industriestaubsauger). Zum Zeitpunkt der Erhebung zur Nutzung der Verleihbörse waren derartige Überlegungen jedoch (noch) nicht in die Tat umgesetzt worden.

Die Verleihbörse/Tauschbörse stellt ein dynamisches sich weiter entwickelndes System dar. Die hier vorgenommene Abschätzung der absoluten Umweltentlastungspotenziale spiegelt

die zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Rahmenbedingungen und Nutzungsmuster wider. Die Untersuchung der Nutzungsmuster der Verleihbörse zeigte, dass sich in Zusammenhang mit der Erhöhung und Verfestigung der Nachbarschaftsbeziehungen durch die Verleihbörse persönliche Kontakte bilden, in deren Rahmen ohne den formalen Weg der Verleihbörse gemeinschaftliche Nutzungen praktiziert werden, die zu weiteren Ressourceneinsparungen beitragen.

Im Rahmen der hier vorgenommenen Abschätzung wurde die absolute ökologische Entlastung durch die Einsparung von Kleingeräten untersucht. Da die Herstellung jedoch nur einen Teil des Primärenergieverbrauchs von Kleingeräten ausmacht, ist das Verhältnis zwischen dem Primärenergieverbrauch bei der Nutzung und bei der Produktion ein weiterer wichtiger Aspekt, der in Bezug auf die mit gemeinschaftlichen Nutzungen verbundenen ökologischen Entlastungen zu betrachten ist. Der Ressourcenverbrauch durch technische Anwendungen im Haushalt wird neben dem Ressourcenaufwand für die Herstellung der entsprechenden Geräte erheblich durch den Ressourcenverbrauch in der Nutzungsphase bestimmt. In vielen Fällen ist die Nutzungsphase wesentlich entscheidender als die Herstellung.

Im Rahmen der orientierenden Abschätzung III (siehe Kasten) haben wir daher den Primärenergieverbrauch, der sich aus Herstellung und Nutzung ergibt, zwischen der Nutzung eines Waffeleisens durch eine Person bzw. der gemeinschaftlichen Nutzung durch zwei Personen miteinander verglichen. Das Verhältnis zwischen beiden stellt ein Maß für die Ressourceneffizienz dar, die durch die gemeinschaftliche Nutzung erreicht werden kann. Das Waffeleisen bietet sich als Beispielgerät deshalb an, da es ein Gerät ist, das in den meisten Haushalten nicht regelmäßig, sondern eher selten verwendet wird und das im Rahmen der Verleihbörse von Bedeutung ist.

Die orientierende Abschätzung zeigt, dass der Energieverbrauch in der Nutzungsphase so hoch ist, dass Effizienzpotenziale im Bereich eines Faktors von 1,3 (d.h. bei der alleinigen Nutzung wird 1,3 Mal mehr Energie verbraucht als bei der gemeinschaftlichen Nutzung) und darunter zu erwarten sind (siehe Kasten „Orientierende Abschätzung III: Beispielhafte Betrachtung der Ressourceneffizienz durch die Nutzung eines Waffeleisens“). Das Ergebnis der orientierenden Abschätzung deutet darauf hin, dass die Umweltentlastungspotenziale durch eine Nutzungsintensivierung von Kleingeräten - erwartungsgemäß - geringer sind als Umweltentlastungspotenziale durch die kommerzielle Angebote zur Produktnutzung wie Waschsalons oder die Vermietung von Skiern. Für diese Nutzungsstrategien wurden Entlastungsfaktoren zwischen 1,3 und 1,9 (Waschsalon im Vergleich zum Waschen im Haushalt) bzw. eine Erhöhung der Nutzungsintensität um 1,7 (Skivermietung) ermittelt (Hirschl et al. 2001). Dies deutet darauf hin, dass mit Nutzungsintensivierungsstrategien zwar Umweltentlastungen zu erreichen sind, diese jedoch deutlich unterhalb der vielfach diskutierten Faktoren 4 oder 10 liegen.

Orientierende Abschätzung III: Beispielhafte Betrachtung der Ressourceneffizienz durch die gemeinschaftliche Nutzung eines Waffeleisens

Wesentliche Faktoren für den Ressourcenverbrauch beim Waffeln backen, die auch von der gemeinschaftlichen Nutzung beeinflusst werden, sind die Herstellung des Waffeleisens und der Energieverbrauch beim Backen der Waffeln. Die folgende Betrachtung bezieht sich auf die Bezugsgröße „eine Stunde Waffeln“ backen bzw. Nutzung des Waffeleisens.

Für die orientierende Abschätzung werden folgende Annahmen getroffen:

- Die Nutzungsdauer eines Waffeleisens beträgt 7 Jahre (Nutzungsdauer von elektrischen Kleingeräten, vgl. Hünicke u.a. 2004)
- Aufgrund der seltenen Nutzung hat die Nutzungsintensivierung durch die gemeinschaftliche Nutzung keinen Einfluss auf die Lebensdauer.
- Das Waffeleisen wird nur wenige Male im Jahr verwendet: JedeR NutzerIn nutzt das Waffeleisen durchschnittlich 4 Stunden im Jahr.
- Die Energieaufnahme eines Waffeleisens beträgt 800 Watt, das entspricht 8,7 MJ Primärenergie pro Stunde. (Bei handelsüblichen Waffeleisen liegt die Energieaufnahme zwischen 500 und 1.100 Watt, wobei Energieaufnahmen um die 1.000 Watt häufiger sind als solche im Bereich von 500 Watt.)
- Die Primärenergie für die Herstellung des Waffeleisens beträgt 214,4 MJ (vgl. orientierende Abschätzung II)

Unter diesen Voraussetzungen lässt sich der Primärenergieverbrauch für eine Stunde Waffeln backen bei der Nutzung des Waffeleisens durch eine Person wie folgt abschätzen:

Energieverbrauch durch die Nutzung 4 h/a	
während der Nutzungsdauer von 7 Jahren	
28 Stunden x 8,7 MJ /h	243,6 MJ
<u>Primärenergieverbrauch Herstellung</u>	<u>214,4 MJ</u>
Gesamtprimärenergieverbrauch über die Nutzungsdauer	458,0 MJ
<u>→ Primärenergieverbrauch pro Nutzungsstunde:</u>	<u>16,4 MJ /h</u>

Wird das gleiche Waffeleisen über die gesamte Nutzungsdauer von zwei Personen genutzt verändert sich der Primärenergieverbrauch für eine Stunde Waffeln backen wie folgt:

Energieverbrauch durch die Nutzung 4 h/a	
während der Nutzungsdauer von 7 Jahren	
56 Stunden x 8,7 MJ /h	487,2 MJ
<u>Primärenergieverbrauch Herstellung</u>	<u>214,4 MJ</u>
Gesamtprimärenergieverbrauch über die Nutzungsdauer	701,6 MJ
<u>→ Primärenergieverbrauch pro Nutzungsstunde:</u>	<u>12,5 MJ /h</u>

Unter diesen Bedingungen reduziert sich demnach durch die gemeinschaftliche Nutzung der Primärenergieverbrauch für eine Stunde Waffeln backen auf 76 % des Primärenergieverbrauchs bei der Nutzung durch nur eineN NutzerIn. Das heißt, es kommt zu einem Effizienzgewinn um den Faktor 1,3.

Sensitivitätsbetrachtung:

Ein entscheidender Faktor bei dieser Abschätzung sind die angenommenen Nutzungszeiten, die für die beispielhafte Betrachtung eher niedrig angesetzt worden sind. Je intensiver das Waffeleisen genutzt wird, um so höher ist der Anteil des Energieverbrauchs bei der Nutzung am Gesamt-Primärenergieverbrauch pro Stunde Waffeln backen und um so geringer sind die Effizienzgewinne, die durch eine gemeinschaftliche Nutzung des Waffeleisens erreicht werden können. Vor diesem Hintergrund ist der hier ermittelte Faktor 1,3 als Größenordnung einzuschätzen, die maximal erreicht werden kann.

7.1.2.2 Beiträge zum Aufbau und Erhalt von sozialem Kapital

Ein Nachhaltigkeitseffekt der Verleihbörse, der im Charakter der Verleihbörse als Nachbarschaftsprojekt begründet liegt, ist ihr möglicher Beitrag zum Erhalt und Aufbau von sozialem Kapital. Im Rahmen des Forschungsprojektes CONSCISE (The Contribution of Social Capital in the Social Economy to Local Economic Development in Western Europe) wurden fünf Indikatoren für die Bestimmung von sozialem Kapital entwickelt (Birkhölzer 2004; Lorenz, Schillat 2002), auf die wir uns im Folgenden beziehen werden:

- Vertrauen
- Vorhandensein von Strukturen der Gegenseitigkeit
- Vorhandensein von allgemein akzeptierten Verhaltensnormen

- Identität und Zusammengehörigkeitsgefühl
- Vorhandensein sozialer Netzwerke

Die Bedeutung der Verleihbörse für die Nachbarschaft und das genossenschaftliche Leben beginnt mit der Existenz der Verleihbörse und seiner Signalwirkung in Bezug auf die Atmosphäre in der Genossenschaft, was vom Geschäftsführer der „Bremer Höhe“ mit den folgenden Worten beschrieben wurde:

„Es ist im Hinterkopf bei den Leuten, dass das so ist und es trägt zur Atmosphäre in der „Bremer Höhe“ als offene Gesellschaft, also auch Menschengesellschaft bei. Das hört sich jetzt zwar auch so ein bisschen aufklärerisch an, aber dazu trägt es mit bei. Und es trägt zum Image der „Bremer Höhe“ bei. Jeder der hier reinkommt sagt, Mensch so was habt ihr hier, das (Informationsmaterial, d.V.) nehme ich mal mit und liest sich das durch. (...). Zumindest alle, die seit einem Jahr der Genossenschaft beigetreten sind, die finden das alle total toll. Das ist enorm wichtig für die Imagebildung und auch für die Gemeinschaftsbildung, auch um zu wissen, man ist hier in einer besonderen Rechtsform, man ist nicht irgendwie in einer anonymen Gesellschaft, sondern man ist in einer Genossenschaft und da gibt es solche Projekte.“ (IGeBH/ 67)

Die hier beschriebene positive Signalwirkung der Verleihbörse, sozusagen ihr ideeller und symbolischer Nutzen, trägt insgesamt zum Lebensgefühl in der „Bremer Höhe“ bei - auch für diejenigen, die sich selbst nicht an der Verleihbörse beteiligen (möchten). Dies bezeugt das positive Image bei den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“. Die Existenz der Verleihbörse macht deutlich: Hier besteht eine Atmosphäre des Vertrauens.

Einige der interviewten Verleihbörsenmitglieder gaben an, dass sie auch deswegen in die Verleihbörse eingetreten sind, weil gegenseitiges Leihen und Aushelfen das ist, was sie sich in der Nachbarschaft wünschen. Die Verleihbörse stellt hierfür eine organisatorische Form zur Verfügung, die den Austausch und die Kontaktaufnahme erleichtert. Das wesentliche Medium hierfür ist die Verleihliste. Hierin drückt sich der Austauschcharakter und die Struktur der Gegenseitigkeit in der Verleihbörse aus: Wer ausleihen möchte, muss auch etwas für andere anbieten.

Über die Angebote auf der Liste findet bereits eine nachbarschaftliche Kommunikation statt, wie aus den Beschreibungen einiger Verleihbörsenmitglieder deutlich wird:

„Man sieht ja auch, was manche Leute so anbieten, also zum Beispiel XY mit seiner Verrücktheit, mit seiner Fallschirmglocke, und dann überlegt man dann. Diese Dinge sprechen ja auch für die Personen und das finde ich schon interessant.“ (IBH13/172)

„Wenn sehr spezielle Angebote in der Verleihbörse stehen, wie z.B. das Wochenendhaus, dann regt das schon dazu an, sich darüber Gedanken zu machen, wer dahinter steckt.“ (IBH12/7)

Die Struktur der Gegenseitigkeit und die mit dem kommunikativen Aspekt der Verleihliste verbundenen Transparenz über die eigene Situation kann jedoch auch eine hemmende Wirkung entfalten. So besteht zwar prinzipiell die Möglichkeit, dass die Verleihbörse einen kleinen Beitrag zur Abfederung von Besitzunterschieden leisten kann, indem sie BewohnerInnen der Genossenschaft, die weniger besitzen, die Nutzung weiterer Gegenstände ermöglicht. Die über die Verleihliste stattfindende Kommunikation über den Besitz, stellt aber für einkommensschwächere MieterInnen ein Hemmnis dar, sich an der Verleihbörse zu betei-

gen (vgl. 6.1.7). Die im Sommer 2004 stattgefundene Zusammenführung der Verleihbörse mit einer Kompetenzbörse zur Tauschbörse (VB + KB = TB) hat hier möglicherweise einen gewissen Ausgleich geschaffen, da Verleihangebote und Angebote von Dienstleistungen und Nachbarschaftshilfe hierin gleichberechtigt nebeneinander stehen und die Verleihgebühren vermittelt über die virtuelle Währung „Bremer“ auch über Dienstleistungen beglichen werden können.

Ein weiterer wichtiger Punkt im Hinblick auf den Beitrag der Verleihbörse zum sozialen Kapital ist, inwieweit durch sie persönliche Kontakte und soziale Netze innerhalb der Genossenschaft/ der Nachbarschaft befördert werden. Dies kann im Kontext der Verleihbörse auf verschiedenen Wegen geschehen:

- in Zusammenhang mit dem Beteiligungsprozess zur Implementierung der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“,
- durch Kontakte beim Leihen von Gegenständen,
- durch das vierteljährliche Verleihbörsentreffen (Stammtisch).

Das Austauschen von Gegenständen in der Verleihbörse sowie die Treffen zu ihrer Organisation und Weiterentwicklung stellen Gelegenheiten dar, in deren Rahmen Kontakte in der Nachbarschaft entstehen, die sonst nicht zustande gekommen wären. Die Verleihbörse stellt damit eine Art „Trägersubstanz“ für Kommunikation und Kontakte innerhalb der Nachbarschaft dar. Etwa die Hälfte der interviewten Verleihbörsenmitglieder berichtete, dass sie durch die Verleihbörse andere BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ kennen gelernt hat, mit denen sie in Folge dessen bei zufälligem Zusammentreffen auch mal ins Gespräch kommen. In Einzelfällen ergaben sich auch vertieftere persönliche Kontakte oder die Einladung zu einem Fest.

Die Bedeutung von Treffen für die Bildung von Kontakten und Vernetzungen in der Genossenschaft ist dabei als sehr hoch einzuschätzen. So wurde mehrfach der Beteiligungsprozess (und der gemeinsame Heimweg nach der Veranstaltung) als Gelegenheit des kennen Lernens genannt. Darüber hinaus stellte das vierteljährliche Verleihbörsentreffen (Stammtisch) einen wichtigen Rahmen für die Weiterentwicklung der Verleihbörse und ihre Erweiterung um eine Kompetenzbörse dar. Für eine Übertragung der Verleihbörse in andere Kontexte lässt sich aus diesen Ergebnissen folgern, dass die Verbindung des Verleihbörsenprojektes mit einem Trägerkreis von engagierten Mitgliedern, die sich regelmäßig treffen, wesentlich dazu beiträgt die Förderung sozialer Netze zu verstärken.

In Bezug auf die oben genannten Indikatoren für die Bildung von sozialem Kapital ist zusammenfassend festzustellen, dass die Verleihbörse/Tauschbörse als Projekt eine Struktur der Gegenseitigkeit aufweist. Sie fördert die Bildung von Identität, Zusammengehörigkeitsgefühl und Vertrauen in der Genossenschaft und unterstützt die Bildung von sozialen Netzen in der Nachbarschaft. Die Teilnahme an den mit der Verleihbörse/Tauschbörse verbundenen Netzen steht theoretisch allen BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ offen, praktisch bestehen jedoch zum Teil Barrieren (s.o. und 6.1.7). In der Literatur zu sozialem Kapital wird jedoch darauf verwiesen, dass das Vorhandensein von sozialen Netze auch denjenigen zu Gute kommt, die nicht direkt daran beteiligt sind (Putnam 2001).

Die Verleihbörse/Tauschbörse birgt jedoch auch Risiken für das soziale Zusammenleben: Es kann beispielsweise durch Beschädigungen an geliehenen Gegenständen zu Konflikten

kommen. Dies kann sich auf das Vertrauen und die sozialen Netze in der Nachbarschaft negativ auswirken. Vor diesem Hintergrund ist es möglicherweise gut und sinnvoll, dass die Teilnahme an der Verleihbörse/Tauschbörse an Bedingungen geknüpft ist, die indirekt eine Art Auswahlprozess darstellen. Indem die Teilnahme so auf diejenigen beschränkt wird, die bereit und in der Lage sind, sich auf ein Nachbarschaftsprojekt einzulassen und sich und eigene Dinge oder nach der Fusion zur Tauschbörse auch eigene Fähigkeiten einzubringen, wird der Charakter der Gegenseitigkeit in den Vordergrund gestellt, was das Risiko von Enttäuschungen und Konflikten möglicherweise reduziert.

7.1.2.3 Beiträge zur Förderung von Gestaltungskompetenzen

Ein unstrittiger Punkt in der Nachhaltigkeitsdebatte ist, dass der Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung eine weit reichende und umfassende gesellschaftliche Transformation beinhaltet, die sich nur durch eine Neuorientierung von Planungs- und Entscheidungsprozessen bewältigen lässt. In der Diskussion über Bildungskonzepte für eine nachhaltige Entwicklung wird in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass dem Erwerb von „Gestaltungskompetenzen“ eine Schlüsselfunktion zukommt (de Haan 2004). Zu den dort unter dem Begriff „Gestaltungskompetenzen“ zusammengefassten Teilkompetenzen gehören u.a. Partizipationskompetenzen, Planungs- und Umsetzungskompetenzen sowie die Kompetenz sich und andere motivieren zu können.

Die Organisationsform der Verleihbörse als Nachbarschaftsprojekt beinhaltet, dass interessierte BewohnerInnen der „Bremer Höhe“ MitgestalterInnen des Projektes sind. Die beschriebene Entwicklung zeigt an, dass mit der Verleihbörse und den mit der entwickelten Organisationsform verbundenen Treffen eine Keimzelle sozialer Vernetzung mit einer eigenen Dynamik in der „Bremer Höhe“ entstanden ist, aus der weitere Aktivitäten in der Genossenschaft hervorgehen bzw. befördert werden. Ein lebendiges Beispiel hierfür ist die Erweiterung der Verleihbörse zur Tauschbörse, in deren Rahmen auch ein Tausch von Dienstleistungen möglich ist. Die Beteiligung an einem solchen Prozess, die Erfahrung der Mitwirkung und Verantwortung ist immer auch ein Lernprozess, in dessen Rahmen Kompetenzen im Hinblick auf Partizipation und die Planung und Umsetzung eines Projektes erworben werden. Das Fördern dieser Gestaltungskompetenzen ist somit als ein weiterer Nachhaltigkeitseffekt der Verleihbörse/Tauschbörse anzusehen.

7.1.3 Zwischenfazit

Als eine Form der organisierten Gemeinschaftsnutzung von transportablen Gebrauchsgütern ist die Verleihbörse in einem Konsumbereich verortet, der nicht zu denjenigen mit der größten Umweltrelevanz und entsprechenden Einsparpotenzialen gehört. Zwar lassen sich durch diese Nutzungsstrategie durchaus Umweltentlastungen erzielen, diese bewegen sich jedoch in einer geringfügigen Größenordnung. Der Beitrag, den ein Projekt wie die Verleihbörse / Tauschbörse zum gesellschaftlichen Transformationsprozess zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten kann, sollte dennoch nicht unterschätzt werden.

Kennzeichnend für die Verleihbörse/Tauschbörse ist die Integration von ökologischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit in einem sich dynamisch entwickelnden Projekt. Insbesondere auf sozialer Ebene trägt die Verleihbörse/Tauschbörse zum Aufbau und Erhalt von sozialem Kapital sowie zur Förderung von Gestaltungskompetenzen bei. Dies sind wichtige

soziale Ressourcen sowohl im Sinne der Zielsetzung Nachhaltigkeit als auch für den weiteren erforderlichen gesellschaftlichen Transformationsprozess.

7.2 Nachhaltigkeitseffekte durch die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnement und Ökologischem Lieferdienst im Wohnumfeld

7.2.1 Erwartete Nachhaltigkeitseffekte

Mit der Initiierung der koordinierten Nutzung von ökologischen Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ war das Ziel verbunden, den regelmäßigen Bezug von ökologischen Lebensmitteln zu erleichtern und durch den Wegfall der Liefergebühren sowie die an das Wohnumfeld angebundene einfache Verfügbarkeit einen Anreiz für die Bestellung zu geben. Im Hinblick auf Nachhaltigkeitseffekte wurden sowohl ökologische als auch soziale und ökonomische Wirkungen erhofft. Dies wurde sowohl durch die Erhöhung des Konsums ökologischer Lebensmittel als auch als Effekt der gemeinsamen Belieferung mehrerer KundInnen in einer Wohnanlage erwartet.

In Bezug auf die Nutzung des ökologischen Lieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“ gehen wir aufgrund der Ähnlichkeit des Angebotes von vergleichbaren Effekten aus, deshalb werden die beiden Angebote auf den verschiedenen Ebenen gemeinsam betrachtet. Da im Wohnprojekt ältere allein lebende Frauen und allein erziehende Mütter leben, hatte bei der Untersuchung der Effekte des ökologischen Lieferdienstes zudem die Frage eine besondere Bedeutung, inwieweit mit dem Lieferdienst Entlastungen für die Haushaltsorganisation der Bewohnerinnen verbunden sind.

Im Folgenden werden die erwarteten Nachhaltigkeitseffekte in den verschiedenen Dimensionen dargestellt:

- Einsparung von Transportleistungen durch koordinierte Nutzung im Wohnumfeld
Mit den Dienstleistungen Gemüseabonnement und Ökologischer Lieferdienst ist Lieferverkehr verbunden. Dies stellt einen häufigen Kritikpunkt dar. Durchschnittlich lagen 1998 in Berlin die üblichen Fahrstrecken von Gemüseabonnementbetrieben zwischen zwei KundInnen bei etwa drei Kilometern (Cunningham et al. 2000: 61). Diesem Transportaufwand für die Auslieferung von Gemüseabonnements steht in der Versorgung über den Lebensmitteleinzelhandel der Lieferverkehr durch die Verteilung der Waren auf die einzelnen (Filial)Geschäfte und der private Einkaufsverkehr gegenüber. Weber et al. (1996) zeigen, dass in der BRD 12 % des Energieverbrauchs mit dem Einkauf von Nahrungsmitteln verbunden sind (Weber et al. 1996). Ein vergleichbar hoher Anteil von 15 % des Gesamtenergieverbrauchs wurde für die Niederlande errechnet (Jungbluth 1998). Cunningham et al. ermittelten in einer Modellrechnung für die Gemüseabonnementdistribution in Berlin für das Jahr 1998, dass diese weniger Emissionen verursacht, wenn durch den Bezug von Gemüseabonnements ein Einkaufsverkehr mit privaten PKW pro Person von 19 Kilometern im Jahr ersetzt wird (Cunningham et al. 2000: 160f).

Mit dem Konzept der koordinierten Belieferung in einer Wohnanlage war der Grundgedanke verbunden, über die gemeinsame Belieferung mehrerer Haushalte den Trans-

portaufwand zu reduzieren.

- Förderung des Absatzes ökologisch produzierter Lebensmittel

In der Bundesrepublik wurden im Jahre 2004 4,3 % der landwirtschaftlichen Fläche ökologisch bewirtschaftet.⁶⁹ Nach der BSE-Krise im Jahre 2001 hat die Bundesregierung sich zum Ziel gesetzt eine „Agrarwende“ durchzuführen. Die ökologisch bewirtschaftete Fläche soll auf 20 % bis zum Jahre 2012 ausgeweitet werden. Neben der Ausweitung der ökologischen Erzeugung in der Landwirtschaft ist es auch notwendig Absatzmärkte für die erzeugten Produkte zu generieren. Dazu ist eine Veränderung des VerbraucherInnenverhaltens erforderlich. Mit dem Angebot der koordinierten Nutzung von Gemüseabonnements im Wohnumfeld sollten die mit der Verhaltensveränderung verbundenen Mehraufwände reduziert werden und die Nachfrage nach ökologischen Lebensmitteln gesteigert werden.

Im Hinblick auf ökologische Effekte sollte die ökologische Landwirtschaft dadurch unterstützt werden, dass der regelmäßige Konsum ökologischer Lebensmittel für einen größeren KundInnenkreises erleichtert wird. Es bestand die Erwartung neue KundInnenkreise durch den Zusatznutzen Belieferung an die Wohnungstür zu erschließen.

- Stützung kleiner regional wirtschaftender Unternehmen

Die Möglichkeit zu einer selbstständigen Existenzsicherung gilt als wesentliches Ziel der Nachhaltigkeit (vgl. Kopfmüller et al. 2001, Regel 1.3: 203 ff). Der Ernährungssektor ist von einem harten Verdrängungswettbewerb und zunehmenden Konzentrationstrends geprägt, was alle Glieder der Wertschöpfungskette von der landwirtschaftlichen Produktion über die Verarbeitung bis zum Handel betrifft. In den letzten Jahrzehnten ist es zu einer dramatischen Verringerung der Anzahl selbständiger Betriebe in der Landwirtschaft und allen nachfolgenden Bereichen der Ernährungsversorgung gekommen (Rösch, Heincke 2001: 245). Mit der Ausweitung des KundInnenkreises und Stärkung des Absatzes könnten kleine (und kleinste), regional wirtschaftende Unternehmen, die ökologische Lebensmittel anbieten, gestärkt werden. Damit könnte auch eine Stabilisierung bzw. Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe verbunden sein, zumal in ländlichen Gebieten Brandenburgs eine hohe Arbeitslosigkeit und ein Mangel an Erwerbsmöglichkeiten besteht.

Die koordinierte Belieferung von mehreren KundInnen in einem Wohngebiet war mit der Erwartung verbunden, den Aufwand für die Belieferung sowohl in Bezug auf die erforderlichen Transportkilometer als auch in Bezug auf den Arbeitsaufwand zu reduzieren.

- Erleichterung durch Lieferservice

Mit der Dienstleistung Gemüseabonnement bzw. Lieferservice kann eine Reduzierung des Aufwands für die Ernährungsversorgung in privaten Haushalten verbunden sein. Wegen der Belieferung müssen Lebensmittel nicht im Einzelhandel eingekauft und transportiert werden. Das Gemüseabonnement hat zusätzlich den Aspekt, dass durch die vorgegebene Gemüseauswahl die Mahlzeitenplanung und ergänzende Einkäufe vorstrukturiert werden (van Rühl 2003).

- Förderung einer gesundheitsorientierten Ernährung

Mit Gemüseabonnements könnte eine gemüseorientierte Ernährung gefördert werden. Durch die Belieferung mit unverarbeiteten Gemüse und dem weiten Spektrum der von

⁶⁹ <http://www.soel.de/oekolandbau/deutschland.html#2>,

Gemüseabobetrieben ausgelieferten Arten⁷⁰ könnte eine Ausweitung des Ernährungswissens⁷¹ verbunden sein.

Die ins Haus gelieferten Produkte erleichtern eine Versorgung mit nicht vorverarbeiteten Produkten. Daraus kann sich eine Veränderung des Ernährungsverhaltens entwickeln, was mit einer Förderung der Gesundheit einhergeht (van R  th 2003). Etwa ein Drittel aller Kosten im Gesundheitswesen werden von ernährungsbedingten Krankheiten erzeugt (R  sch, Heincke 2001: 242). Die „Deutsche Gesellschaft für Ernährung“ (DGE) empfiehlt eine Senkung des Konsums tierischer Nahrungsmittel und die Ersetzung durch überwiegend pflanzliche, ballaststoffreiche Lebensmittel. Gemüseabonnements könnten somit zu einer entsprechenden Umstellung der Ernährungsgewohnheiten beitragen.

Die Regionalität der Gemüse hat darüber hinaus gesundheitsförderliche Aspekte, weil die Produkte durch die kürzeren Transportwege vor der Ernte ausreifen können, was sowohl dem Geschmack als auch dem Erhalt von essenziellen, gesundheitsfördernden Substanzen dient. Als weiterer gesundheitlicher Vorteil gilt, dass in der ökologischen Landwirtschaft vorrangig angebaute Freilandprodukte, in der Regel weniger gesundheitsbeeintr  chtigende Rückstände wie Nitrat und Pestizide enthalten, als Erzeugnisse aus Gew  chshausanbau (von Koerber, Kretschmer 1999: 93).

7.2.2 Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte

7.2.2.1   kologische Effekte

-   kologische Effekte in Zusammenhang mit der koordinierten Belieferung im Wohnumfeld
Die koordinierte Belieferung von mehreren KundInnen in einer Wohnanlage oder in einem Wohngebiet hat Einfluss auf die Länge der für die Belieferung zurück gelegten innerstädtischen Wege. Die Anfahrt vom Betrieb des Lieferdienstes in die Stadt ist davon jedoch unbeeinflusst, sie hängt im Wesentlichen von der Standortwahl bei der Betriebsansiedlung ab. Im Folgenden werden aus diesem Grund die innerstädtischen Wege in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt.
In der „Bremer Höhe“ werden Lebensmitteleinkäufe aufgrund der guten Infrastruktur im Wohngebiet mit unterschiedlichen Einkaufsstätten von fast allen NutzerInnen der Gemüseabonnements zumeist zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigt, sodass mit der Nutzung des Lieferdienstes vermutlich eine (geringe) Mehrbelastung des Verkehrsaufkommens verbunden ist. Die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ führt dazu, dass der Transportaufwand für die Belieferung der KundInnen im Vergleich zu KundInnen, die einzeln beliefert werden, verringert wird. Alle KundInnen werden von einem Parkplatz aus beliefert. Dies führt im Vergleich zu der Belieferung anderer KundInnen zu einer Einsparung von Transportkilometern, der einem Primärenergieverbrauch von ca. 3850 MJ entspricht (siehe Kasten: Orientierende Abschätzung IV).

⁷⁰ Die Auswertung von Lieferlisten zweier Betriebe ergab, dass sie pro Jahr 60 – 70 verschiedene Gemüsearten mit ihren Abonnementkisten ausgeliefert haben (van R  th 2003, 176).

⁷¹ R  sch und Heincke stellen eine Wissenserosion entlang der gesamten Ern  hrungskette fest, die bei den VerbraucherInnen mit einem Wissensverlust über die Herkunft und Herstellung von Lebensmitteln, der Verringerung praktischer Kochf  higkeiten sowie einer Zunahme der Abhängigkeit von verzehrsfertig zubereiteten Nahrungsmitteln, sowie einer Erhöhung des Bedarfs an ern  hrungsbezogenen Dienstleistungen und Informationsangeboten verbunden ist (R  sch, Heincke 2001).

Auch im Wohnprojekt „Offensives Altern“ werden im Vergleich zur Belieferung einzelner KundInnen Transportstrecken eingespart. Insgesamt ist der Transportaufwand des ökologischen Lieferdienstes, wie er im konkreten Beispiel untersucht wurde, jedoch hoch. Dies liegt an der Ansiedlung des Betriebes in Mecklenburg-Vorpommern, mit einem sehr langen Anfahrtsweg bis in die Stadt Berlin. Diese Fahrten dienen aber unterschiedlichen Zwecken, die miteinander verbunden werden, sodass der Anteil, der dem Lieferdienst zuzurechnen ist, schwer zu bestimmen ist. Neben der Belieferung der KundInnen werden auf der Rückfahrt unterschiedliche Betriebsmittel für die landwirtschaftliche Arbeit transportiert, die der Subsistenzwirtschaft dienen und die Fahrten in die Stadt haben zudem den privaten Aspekt, gewachsene Kontakte in der Stadt aufrecht zu erhalten.

Orientierende Abschätzung IV: Umweltentlastungspotenziale durch die Einsparung von Transportkilometern durch die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“

Das Anbieterunternehmen belieferte im Jahre 2003 im Durchschnitt etwa 100 KundInnen wöchentlich, wobei die in der Woche belieferten zehn KundInnen in der „Bremer Höhe“ in der zweiten Jahreshälfte einen Anteil von etwa 10 % der Gesamtkundenzahl des Unternehmens stellten. Die 100 KundInnen wurden in zwei Touren beliefert, die jeweils etwa 100 km und 80 km⁷² lang waren. Die durchschnittliche Fahrstrecke pro KundIn lag bei diesem Betrieb im Jahr 2003 bei etwas weniger als 2 km.

Durch die Konzentration von zehn Kunden an einem Ort konnten neun KundInnen in der „Bremer Höhe“ ohne zusätzliche Fahrtaufwand beliefert werden. Unter den konkreten Bedingungen des Unternehmens wurden also etwa 18 km Fahrstrecke wöchentlich eingespart. Bei 50 Belieferungen pro Jahr entspricht dies einer Transportstrecke von 900 Kilometern im Jahr. Das „Globale Emissions-Modell Integrierter Systeme“ (GEMIS)⁷³ gibt den Primärenergiebedarf für Leichte Nutzfahrzeuge (bis 3,5 t) im Stadtverkehr mit 4,275 MJ/km an.

Ausgehend von den Erhebungen zur Nutzung des Gemüseabonnements legen wir folgende Annahmen zu Grunde:

- Pro Jahr werden in der „Bremer Höhe“ 50 mal jeweils zehn KundInnen beliefert.
- Pro Belieferung werden bei neun KundInnen in der „Bremer Höhe“ durch den koordinierten Bezug je zwei Kilometer Transportleistung eingespart.
- Der Primärenergiebedarf pro Kilometer Transportleistung mit Kleintransportern (Diesel, Euro 2 Norm) im Stadtverkehr beträgt 4,275 MJ/km.

Unter diesen Voraussetzungen würden durch den koordinierten Bezug der Gemüseabonnements pro Jahr

$$50 \times 9 \times 2 \text{ km} \times 4,275 \text{ MJ/km} = 3847,5 \text{ MJ}$$

Primärenergie für den Transport der Gemüseabonnements eingespart werden.

Sensitivitätsbetrachtung

Der ermittelte Wert hängt vom eingesetzten Fahrzeugtyp, von der tatsächlich notwendigen Lieferstrecke, der Anzahl der KundInnen insgesamt und der an einem Ort belieferten KundInnen ab.

Der Primärenergiebedarf verschiedener Lieferwagen mit einer Nutzlast bis zu 3,5 t wird in GEMIS in einem Spektrum von 3,887 – 4,518 MJ/km für den Stadtverkehr angegeben. Mit einem moderneren dieselbetriebenen Lieferfahrzeug der Abgasnorm Euro 4 würde sich der Primärenergieeinsatz pro Kilometer von 4,275 MJ/km auf 3,883 MJ/km reduzieren lassen. Damit könnten weitere Einsparpotenziale realisiert werden.

In der Abschätzung wurde nur die Reduzierung der innerstädtischen Transportwege betrachtet. Das Gesamttransportaufkommen hängt in hohem Maße vom Standort des Unternehmens und der daraus resultierenden Anfahrtsstrecke nach Berlin ab. Diese ist durch die koordinierte Nutzung nicht beeinflussbar. Der Einfluss des Unternehmensstandortes hat sich auch in den beiden untersuchten Beispielen gezeigt: Der ökologische Lieferdienst, den die Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ nutzen, hat aufgrund seiner Ansiedlung in Mecklenburg-

⁷² Hier wirkt sich möglicherweise schon die Verkürzung der Strecke durch die Bündelung der KundInnen in der „Bremer Höhe“ aus, bei beiden Liefertouren wurden jeweils etwa 50 KundInnen beliefert.

⁷³ GEMIS wurde als Instrument zur vergleichenden Analyse von Umwelteffekten der Energiebereitstellung und -nutzung vom Öko-Institut und Gesamthochschule Kassel (GhK) entwickelt und wird kontinuierlich fortentwickelt und aktualisiert. (<http://www.oeko.de/service/gemis>)

Vorpommern einen weiten Anfahrtsweg. Das Gemüseabonnementunternehmen, das die „Bremer Höhe“ beliefert, hat im Frühjahr 2004 den Standort gewechselt. Der Betrieb siedelte sich in größerer Entfernung als zuvor zum Stadtgebiet an.⁷⁴ Damit ist der Anteil des Transportes angestiegen, der außerhalb der Stadt vom Hof der Anbieterin bis zum ersten Kunden in Berlin erbracht werden muss. Dies bewirkt einen insgesamt höheren Transportaufwand für die Auslieferung der Gemüseabonnements. Die innerhalb der Stadt eingesparte Fahrtstrecke verändert sich aber nicht.

Je mehr KundInnen von einem Standort des Lieferwagens beliefert werden können, umso günstiger fällt die Bilanzierung der Umweltentlastungspotenziale aus, sodass die Gewinnung mehrerer KundInnen in einer Wohnanlage durchaus mit ökologischen Entlastungen verbunden ist.

- Ökologische Effekte durch die Förderung des Konsums ökologischer Lebensmittel

Durch die im Wohnumfeld angesiedelten Angebote und die handlungsorientierten Informationen wurde sowohl in der „Bremer Höhe“ als auch im Wohnprojekt „Offensives Altern“ der Konsum ökologischer Lebensmittel stabilisiert bzw. in Teilen ausgeweitet.

In der „Bremer Höhe“ konnte die Anbieterin zwölf neue KundInnen gewinnen. Durchschnittlich beliefert sie wöchentlich in der „Bremer Höhe“ zehn KundInnen. Die KundInnen, die sich wegen des wohnortangebundenes Angebotes zu einem Abonnement entschlossen haben, beziehen im Jahr jeweils etwa 180 – 200 Kilogramm Obst, Gemüse und Kartoffeln. Diese Produkte stellen für die Haushalte einen Grundstock der Nahrungsmittelversorgung dar. Vor dem Abonnement wurden regional und saisonal erzeugte Gemüse seltener gekauft und verarbeitet. Das Abonnement führt dazu, dass kontinuierlicher als zuvor ökologische Gemüse und damit auch nicht vorverarbeitete Lebensmittel konsumiert werden und trägt damit zu einer Stabilisierung des Absatzmarktes für ökologische Lebensmittel bei. Die unverarbeiteten Nahrungsmittel ersetzen oft Convenience-Lebensmittel (z.B. wurden tiefgefrorene Pizza und andere halbfertig oder fertig zubereitete Lebensmittel genannt) sowie den Besuch von Gaststätten oder Schnellimbissen.

Im „Offensiven Altern“ ermöglicht der ökologische Lieferdienst die Fortführung des von den Bewohnerinnen schon zuvor praktizierten Ernährungsstils. Die Ausweitung des Konsums ökologischer Lebensmittel, die direkt auf den Lieferdienst zurückgeführt werden kann, ist aufgrund der schon vor der Nutzung des Lieferdienstes starken Priorität für ökologische Lebensmittel bei einzelnen der Bewohnerinnen nicht einzuschätzen. Die Effekte des Lieferdienstes sind vor allem darin zu sehen, dass die Ernährungsversorgung für die Bewohnerinnen erleichtert wird.

Sowohl das koordinierte Gemüseabonnement in der „Bremer Höhe“ als auch der ökologische Lieferdienst im „Offensiven Altern“ weiten den Konsum ökologischer Lebensmittel aus bzw. stabilisieren ihn. Damit wird der Absatzmarkt für die ökologische Landwirtschaft gestützt.

Um die Umweltentlastungspotenziale zu illustrieren, die mit der höheren Nutzung von ökologischen statt konventionell erzeugten Gemüse verbunden sind, wurde anhand vorhandener Arbeiten eine orientierende Abschätzung für CO₂-Emissionen und CO₂-Äquivalente durchgeführt (Orientierende Abschätzung V). Diese Indikatoren ermöglichen eine Einschätzung der ökologischen Wirkungen in verschiedener Hinsicht: Aus der Höhe der CO₂-Emissionen kann

⁷⁴ Der Betrieb lag vor dem Umzug am nördlichen Berliner Stadtrand, wobei viele KundInnen ohne eine größere Anfahrt in den nördlichen Vororten beliefert werden konnten. Die Entfernung zur „Bremer Höhe“ war vor dem Umzug 33 Kilometer, der neue Standort ist nun 107 Kilometer entfernt.

auf Veränderungen des Primärenergieeinsatzes geschlossen werden, der sowohl aus Erzeugung als auch aus eingesparten Transportwegen resultiert. Bei der landwirtschaftlichen Produktion ist es wichtig klimarelevante Emissionen zu betrachten, die über die CO₂-Emission hinaus gehen. Dafür eignet sich der Indikator CO₂-Äquivalente, in den auch landwirtschaftstypische, klimarelevante Emissionen eingehen.

Orientierende Abschätzung V: Umweltentlastungspotenziale durch den Ersatz von konventionell erzeugtem Gemüse durch ökologisch erzeugte Gemüse aus regionaler Herkunft

Die folgende Modellrechnung wurde aufgrund der Ähnlichkeit der zugrunde liegenden Daten aus einer Arbeit von Cunningham et al. übernommen. Der Versorgung mit einem regional geprägtem Abonnement wird eine Versorgung mit konventionell erzeugten Produkten aus dem Lebensmitteleinzelhandel gegenübergestellt.

Bei der Berechnung wurden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Konventionelle Gemüseversorgung:
80 % Feldgemüse, 15 % Fruchtgemüse und 5 % in Gewächshäusern erzeugtes Fruchtgemüse.
Diese Gemüse stammen aus: 17 % Brandenburg, 41 % Deutschland, 41 % Europa und 1 % Übersee.
- Gemüseabonnement:
92 % Feldgemüse und 8 % Fruchtgemüse. Treibhauserzeugung findet nicht statt.
Diese Gemüse stammen aus: 74 % Brandenburg, 8 % Deutschland, 17 % Europa und 1 % Übersee.

(nach Cunningham et al. 2000)

Feldgemüse werden mit einem niedrigerem Energieaufwand produziert als Fruchtgemüse. Fruchtgemüse werden in der Bilanz mit einem Anteil von 15 % angesetzt, um den höheren Konsum in der konventionellen Ernährung mit Fruchtgemüsen abzubilden.

Wenn die von Cunningham et al. ermittelten Werte auf die Situation eines Haushaltes in der „Bremer Höhe“ bezogen werden, ergibt sich folgendes Bild:

Tabelle 17 Versorgung mit 200 kg Gemüse (Konventionell – Ökologisch) im Vergleich

	Versorgung mit 200 kg konventionellem Gemüse			Versorgung mit 200 kg Gemüse aus rein regionaler Produktion im Gemüseabonnement		
	Erzeugung	Transport	Summe	Erzeugung	Transport	Summe
CO ₂ -Emissionen (kg CO ₂ /kg Gemüse)	32,6	10,8	43,4	3,4	3,4	6,8
CO ₂ -Äquivalente (kg CO ₂ -Äquivalente / kg Gemüse)	46,6	11,2	47,8	5,4	3,4	8,8

Unter Zugrundelage der dargestellten Annahmen ist mit der Versorgung eines Haushaltes mit 200 kg Gemüse pro Jahr mindestens eine Einsparung an CO₂-Emissionen von 36,6 kg verbunden. Die Einsparung an klimarelevanten Emissionen (in CO₂-Äquivalenten) beträgt 39 kg. Der Vergleich der Ergebnisse zeigt, dass die Nutzung von Gemüseabonnements absolut mit einer Einsparung von ca. 85 % der Emissionen an CO₂ und CO₂-Äquivalenten verbunden ist. Die differenzierte Betrachtung der Einflussgrößen „Erzeugung“ und „Transport“ ergibt, dass in der ökologischen, landwirtschaftlichen Produktion mit ca. 90 % größere Einsparpotenziale vorhanden sind, als mit der Einsparung, die aus einer stärker regionalen Versorgung (ca. 70 %) verbunden ist.

Sensitivitätsbetrachtung:

Anders als bei den von Cunningham et al. zugrunde gelegten Annahmen, stammen die Gemüseabonnements die von den KundInnen in der „Bremer Höhe“ bezogen werden, zu 100 % regionaler Erzeugung. Mit dem Zukauf von 90 % der vermarkteten Produkte bei benachbarten Betrieben und beim ökologischen Großhandel war damit dennoch ein Transportaufwand verbunden. Die Berechnung anhand der von Cunningham et al. ermittelten Werte ergibt vermutlich eher eine Überschätzung, da in dieser Modellrechnung für 26 % der Produkte Transporte aus der Bundesrepublik (ohne Brandenburg), Europa und Übersee einbezogen wurden. Dem stehen für einen höheren Anteil von 90 % der Produkte deutlich kürzere Strecken zwischen 2,2 und 60 Kilometer gegenüber. Die

ökologischen Wirkungen von Handelstransporten hängen einerseits von der Entfernung, andererseits von der Effizienz der Transportmittel ab. Regionale Direktvermarktung wird aufgrund geringer Auslastung der Fahrzeuge und der Verwendung von kleineren Transportfahrzeugen häufiger weniger effizient abgewickelt. Daher sind pauschale Urteile über die Umweltrelevanz einer Regionalisierung der Ernährung in Bezug auf die Bewertung der Transportaufkommen nicht möglich. Die regionale Herkunft hat jedoch Potenziale zur Verbesserung von Ökobilanzen, wenn es gelingt Transporte effizient zu organisieren (Asendorf et al. 2003). Eine effiziente Organisation der Transporte kann sowohl bei den internationalen Zukäufen, als auch bei den Lieferaufwänden für die regionale Distribution über den ökologischen Großhandel in Berlin/ Brandenburg angenommen werden. Die direkten Zukäufe bei benachbarten Betrieben werden mit kleinen Transportfahrzeugen durchgeführt, die weniger effizient sind. Dies wurde bei der Ermittlung der mit den Transporten verbundenen Emissionen berücksichtigt. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Übernahme, der von Cunningham et al. ermittelten Werte für den Transportaufwand eine Annäherung an die mit den Zukäufen der Anbieterin verbundenen Transportleistungen darstellen.

Die durchgeführte Abschätzung spiegelt nicht die real erzielten Einsparungen, da die NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ vor der Nutzung der Gemüseabonnements zu ihrer Ernährung vielfach Fertigprodukte und Mahlzeiten aus Imbissen und anderen Außer-Haus-Versorgungseinrichtungen gegessen haben und nicht wie in der Modellierung Gemüse aus konventioneller Erzeugung mit einem höheren Anteil von Importen. Eine vergleichende Abschätzung zu erstellen, die diese Ernährungsgewohnheiten abbildet, ist aufgrund der Vielzahl der genutzten Ernährungsoptionen nicht möglich. Die hier vorgenommene Abschätzung spiegelt deshalb nur eine Mindesteinsparung wider, die tatsächlich erzielten Entlastungen liegen z.B. aufgrund des Ersatzes von tiefgekühlten Convenience-Lebensmitteln vermutlich höher.

Die Abschätzung ergibt, dass die Versorgung eines Haushaltes mit 200 kg konventionellem Gemüse pro Jahr mit 43,4 kg CO₂-Emissionen und 47,8 kg klimarelevanten Emissionen (in CO₂-Äquivalenten) verbunden ist. Die Versorgung, über ein Jahr⁷⁵ mit wöchentlich vier Kilogramm ökologisch erzeugtes Gemüse in einem Gemüseabonnement verursacht 6,8 kg CO₂-Emissionen und 8,8 kg klimarelevante Emissionen. Es wird eine jährliche Einsparung von 84 % der CO₂-Emissionen und 82 % der klimarelevanten Emissionen für einen Haushalt erzielt. Die Abschätzungen zeigen, dass die Umweltentlastungen die sich aus der Förderung des ökologischen Landbau ergeben, größer sind, als die Einsparungen, die sich durch eine Reduzierung der Transportleistungen durch die Beschränkung auf regional erzeugte Produkte ergeben.

Die prozentuale Einsparung von Emissionen ist mit 84 % (CO₂-Emissionen) bzw. 82 % (CO₂-Äquivalente) hoch, dennoch ist die ökologische Bedeutung der Minderung der Emissionen als eher gering einzuschätzen, weil die absolute Einsparung von 36,6 kg CO₂ im Verhältnis zu den 2,2 Tonnen im Bedarfsfeld Ernährung emittierten CO₂-Mengen pro Person und Jahr (Cunningham et al. 2000: 169) niedrig ist. Dies ist Folge der geringen Relevanz, die die Gemüseerzeugung für die Emission von CO₂ und klimarelevanten CO₂-Äquivalenten hat. Größere absolute Einsparungen könnten im Bedürfnisfeld Ernährung mit dem Ersatz von tierischen Produkten (Fleisch, Milchprodukte) bzw. der Vermeidung von Fertig- bzw. Halbfertigprodukten erzielt werden. In Bezug auf die Einflüsse der Nutzung von Gemüseabonnements auf die Menge der verzehrten tierischen Lebensmittel und Fertigprodukte können für die NutzerInnen in der „Bremer Höhe“ keine Aussagen getroffen werden. Diese sahen sich in den Interviews nicht in der Lage, Angaben über quantitative Veränderungen in anderen Lebensmittelbereichen durch die Nutzung von Gemüseabonnements zu machen. Es wurde aber deutlich, dass weniger vorgefertigte Mahlzeiten gegessen werden, als vor dem Abonnement.

Für eine Gesamtbewertung der ökologischen Effekte von Gemüseabonnements müssen auch die positiven Effekte in den Umweltwirkungsbereichen berücksichtigt werden, die kaum

⁷⁵ Es wurde pro Jahr von 50 Lieferungen ausgegangen.

zu quantifizieren sind. Es ist davon auszugehen, dass z.B. die Arten- und Biotopvielfalt der bewirtschafteten Flächen stabilisiert, das Landschaftsbild durch die Begleitstrukturen im ökologischen Landbau positiv beeinflusst, die Bodenfunktion stabilisiert, Stickstoffbelastung, Eutrophierung und Versauerung von Oberflächen- und Grundwasser vermindert und human-toxikologische Risiken in Landwirtschaft und Ernährung reduziert werden. Diese Effekte können aber aufgrund des derzeitigen Forschungsstandes zu den ökologischen Auswirkungen des ökologischen Landbaus nicht quantifiziert werden (Tauscher et al. 2003).

Insgesamt ist die koordinierte Nutzung von Gemüseabonnements im Wohnumfeld mit positiven ökologischen Effekten verbunden. Durch die Belieferung von mehreren KundInnen an einem Ort können Transportkilometer eingespart werden. Es werden neue KundInnen für die regelmäßige Nutzung von Gemüseabonnements gewonnen. Und obwohl dies vor allem Menschen sind, die ökologischen Lebensmitteln gegenüber bereits vor der Nutzung aufgeschlossen waren, kaufen diese mit dem Gemüseabonnement kontinuierlicher als vorher ökologisch erzeugte Lebensmittel. Mit der Ausweitung des Absatzmarktes kann die ökologische Landwirtschaft stabilisiert werden, damit einher gehen die Einsparung von CO₂-Emissionen und CO₂-Äquivalenten sowie weitere positive Effekte in anderen Umweltwirkungsbereichen, die schwer quantifizierbar sind.

7.2.2.2 Ökonomische Effekte

Mit den im Wohnumfeld angesiedelten Angeboten der koordinierten Nutzung von Lieferdiensten konnten in den untersuchten Gebieten mehr KundInnen für die Nutzung eines Gemüseabonnements bzw. den ökologischen Lieferdienst gewonnen werden.

Nach Auskunft der Anbieterin ist der ökonomische Nutzen für das Unternehmen, das Gemüseabonnements in die „Bremer Höhe“ liefert, unbefriedigend, da mit dem dort erzielten Umsatz von ca. 100 € wöchentlich ein Verzicht auf Liefergebühren in Höhe von 25 € verbunden ist. Der Arbeitsaufwand für die Belieferung hat sich durch die Konzentration der KundInnen in einem Wohngebiet nur unwesentlich reduziert, da sie verteilt in verschiedenen, zum Teil weit auseinander liegenden Aufgängen wohnen. Aus diesem Grund sind die Kosten für den Arbeitsaufwand gleich geblieben. Die eingesparten Benzinkosten für etwa 18 Kilometer Transportaufwand können diese Kosten nicht kompensieren.

Überlegungen, die Organisation der Belieferung zu verändern und den KundInnen entweder die Belieferung an eine Sammelstelle anzubieten bzw. die Zustellung der Produkte über den im Wohngebiet inzwischen vorhandenen Concierge-Dienst zu gewährleisten, wurden von der Anbieterin verworfen, da damit entweder eine Einschränkung des Dienstleistungsanteils für ihre KundInnen einhergehe oder ein weiteres Unternehmen mit der Belieferung beschäftigt werden müsste. Dies verursacht Kosten und ist mit einem höheren Risiko in Bezug auf die verlässliche Zustellung der Produkte verbunden. Der Verzicht auf die Liefergebühren stellt somit für die Anbieterin eine ökonomische Belastung dar. Zudem waren die relativ geringen Bestellmengen und der damit verbundene niedrige Umsatz von etwa 10 € pro Lieferung bei der Initiierung des Angebotes nicht absehbar. Der mittlere Bestellwert von GemüseabonnentInnen im Jahr 1998 lag mit 30 – 40 DM etwa doppelt so hoch (van Rühl 2003: 182f.).

Der Ökolieferdienst, der im Wohnprojekt „Offensives Altern“ fünf Bewohnerinnen regelmäßig mit Lebensmitteln versorgt, wirtschaftet mit der geringen Zahl der von ihm insgesamt belieferten KundInnen vermutlich eher am Rande der ökonomischen Tragfähigkeit. Der Umfang

der Bestellungen, legt aber die Vermutung nahe, dass sich der Lieferdienst für den Anbieter im „Offensiven Altern“ im Vergleich zu seinen anderen KundInnen eher rechnet. In diesem Wohngebiet ist die Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln auf andere Weise schwer zu organisieren. Das Lebens- und Arbeitskonzept des Anbieters des ökologischen Lieferdienstes im Offensiven Altern beinhaltet, dass der Lieferdienst für ihn eine finanzielle Stützung seines an Subsistenzwirtschaft orientierten Lebens auf dem Land darstellen soll. Dies stellt eine besondere Rahmenbedingungen dar, sodass das Konzept nicht ohne weiteres auf andere Zusammenhänge übertragbar ist. Das Beispiel zeigt jedoch auf der anderen Seite, dass es jenseits von ökonomischen Rentabilitätskriterien Formen wirtschaftlichen Handels gibt, die für Menschen mit geringen persönlichen Ansprüchen andere Formen des Lebens und Arbeitens absichern und gleichzeitig einen Bedarf nach Dienstleistungen in haushaltsnahen Bereichen abdecken können. Von dem Unternehmen gehen zudem wirtschaftliche Impulse in die strukturschwache Region Mecklenburg-Vorpommerns aus.⁷⁶

Beide Unternehmen sind mit 100 bzw. 25 - 30 wöchentlichen KundInnen Kleinunternehmen, die in Bezug auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit nach Meyer und Kugler (1999) eine ökonomisch eher ungünstige Prognose haben. Meyer und Kugler untersuchten Ende der 1990er Jahre bundesweit Gemüseabonnementbetriebe unterschiedlicher Größe. Sie schätzten die Wirtschaftlichkeit von kleinen Gemüseabonnementbetrieben bis etwa 300 KundInnen als kritisch ein und geben als Grund die hohen Kosten für die Organisation von Lieferdiensten sowie hohe Personalkosten in anderen Bereichen dieser Dienstleistung an. Den finanziellen Aufwand für diese Arbeiten schätzen sie mit 35 bis 45 % des Gesamtumsatzes ein. Sie resümieren, dass Kleinbetriebe nach ihrer Kalkulation im Grunde nicht wirtschaftlich arbeiten können. Dass in der Bundesrepublik dennoch Betriebe unter diesen ungünstigen Bedingungen arbeiten, wird von den Autoren damit begründet, dass die hohen Kosten zum Teil dadurch aufgefangen werden, dass Fahrzeuge und Räume zum Teil mehrfach (auch für andere Vermarktungsschienen) genutzt werden und bei Familienbetrieben durch hohe Eigenleistungen kaum Fremdarbeitskosten entstünden (Meyer/Kugler 1999: 9).

In beiden Anbieterunternehmen werden die anfallenden Arbeiten tatsächlich fast ausschließlich von den die Unternehmen betreibenden Paaren geleistet. Beim Gemüseabonnementbetrieb wird zusätzlich ein Fahrer für einen Tag in der Woche beschäftigt. In diesem Unternehmen werden neben dem Anbau von Obst und Gemüse und dem Gemüseabonnent als weitere Direktvermarktungsschiene ein Wochenmarkt beschickt, sodass die von Meyer und Kugler dargestellte Mehrfachnutzung von Fahrzeugen und Räumen auch von diesem Kleinunternehmen praktiziert wird.

Die Auslieferung eines Gemüseabonnements ist in diesem Unternehmen pro Woche mit einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von ca. 26 Minuten verbunden. Die Abonnements in der „Bremer Höhe“ benötigen vermutlich etwas weniger Zeit, da alle NutzerInnen auf eine eigene Zusammenstellung verzichten. Nach einer Schätzung der Anbieterin braucht sie für KundInnen, die ihre Produkte selbst zusammen stellen, etwa doppelt so viel Zeit, als wenn sie die Zusammenstellung in die Kiste packt, die sie für diese Woche geplant hat. Der Zeitaufwand für die Belieferung hat sich aufgrund der weit auseinander liegenden Wohnungen der NutzerInnen nicht reduziert und ist zudem für den Lieferanten mit einer vergleichsweise

⁷⁶ Die Produkte eines ökologischen Landwirtschaftsbetriebes erhalten durch den Lieferdienst einen zusätzlichen Vermarktungsweg und Nachbarn aus dem Dorf in dem der Betrieb angesiedelt ist, können sich durch die Haltung von Hühnern ein zusätzliches Einkommen erwirtschaften.

hohen körperlichen Belastung verbunden. Die Dienstleistung ist also mit einem hohen Aufwand an Arbeitszeit verbunden, der neben den Kosten für die ausgelieferten Waren finanziert werden muss.

Orientierende Abschätzung VI: Wöchentlicher Arbeitsaufwand für die Bereitstellung von ca. 100 Gemüseabonnements im Unternehmen der Anbieterin

Telefonstunden und Büroarbeiten	5 Stunden
Erstellung des Wochenangebotes im Internet, Bestellungen beim ökologischen Großhandel	2 Stunden
Kistenpacken	15,5 Stunden
Summe Organisation	22,5 Stunden
Zeitaufwand pro KundIn für Organisation und Packen	Ca. 13,5 Minuten
Summe Liefertouren	21 Stunden
Zeitaufwand pro KundIn für Lieferung	Ca. 12,5 Minuten
Summe der Arbeit pro Kunde und Kiste pro Woche	Ca. 26 Minuten pro Kunde Arbeitszeit pro Woche

Eine abschließende Bewertung der ökonomischen Effekte der beiden im Wohnumfeld angesiedelten Lieferdienste kann aufgrund der vorliegenden Daten nicht getroffen werden. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die Belieferung mit ökologischen Lebensmitteln in Wohngebieten, in denen es weniger Konkurrenz vom lokalen ökologischen Einzelhandel gibt, für die anbietenden Betriebe rentabler gestaltet werden kann. Für die Ökonomie des Gemüseabonnementsbetriebes wäre es günstiger, wenn eine Möglichkeit gefunden werden könnte, mit der die Belieferung der einzelnen KundInnen mit weniger Arbeitsaufwand gewährleistet werden kann. An dieser Stelle zeigt sich, dass aus Arbeitsentlastungen für private Haushalte an anderer Stelle wieder Arbeitsaufwand entsteht. Dieser konnte durch die koordinierte Inanspruchnahme eines Lieferangebotes in einem Wohngebiet nicht verringert werden, sodass die Erwartung die finanzielle Einsparung der einzelnen NutzerInnen im Sinne einer Win-Win Situation mit der Aufwandsreduzierung für die Anbieterin zu verbinden, nicht eingetreten ist.

7.2.2.3 Soziale Effekte

- Erleichterung der Alltagsorganisation durch Lieferservice

Für die NutzerInnen des Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ und noch mehr für die Bewohnerinnen des Wohnprojektes „Offensives Altern“ ist mit der Nutzung der ökologischen Lieferdienstes eine Reduzierung des Aufwandes für die Ernährungsversorgung verbunden. Diese resultiert direkt daraus, dass die für die Ernährung des Haushaltes notwendigen Lebensmittel nicht im Einzelhandel ausgewählt, eingekauft und nach Hause transportiert werden müssen. Dieser Vorteil für die Haushalte zeigt sich in den beiden untersuchten Projekten in unterschiedlichem Maße. Während im infrastrukturell gut versorgtem Prenzlauer Berg vor allem Mütter von kleinen Kindern davon berichten, dass sie die Belieferung vor die Wohnungstür als eine Entlastung in ihrem Alltag erleben, ist im mit Einkaufsmöglichkeiten schlecht versorgten Stadtrandgebiet für die Bewohnerinnen mit dem Lieferdienst ein spürbarer Nutzen verbunden. Auch hier handelt es sich bei den Nutzerinnen bis auf eine Ausnahme um Mütter, für die die Besorgung von ökologischen Lebensmitteln in der Regel mit größeren Zusatzwegen

verbunden wäre.

Zudem zeigte sich im Wohnprojekt „Offensives Altern“ als weiterer sozialer Effekt des Lieferdienstes, dass dieser die selbständige Versorgung von behinderten Menschen ermöglichen kann, die ohne ein solches Angebot auf Unterstützung durch andere angewiesen wären.

In der Untersuchung der Nutzung der Gemüseabonnements bestätigten sich zudem Ergebnisse einer früheren Untersuchung, dass vorgegebene Gemüseauswahlen von den NutzerInnen als Entlastung in der Mahlzeitenplanung empfunden werden (vgl. Kapitel 5.2.5).

- Förderung einer gesundheitsorientierten Ernährung

Die regelmäßigen Gemüselieferungen, die von NutzerInnen von Gemüseabonnements bezogen werden, sind vergleichsweise klein. Um eine Vorstellung zu vermitteln, welchen Einfluss die wöchentlich gelieferten Mengen auf die Ernährungsorganisation der AbonnentInnen haben können, zeigen wir dies exemplarisch für einen für die „Bremer Höhe“ typischen NutzerInnenhaushalt, eine Familie mit zwei Erwachsenen und einem Kind. Die Bestellungen umfassen einen Inhalt von ca. vier Kilogramm Lebensmitteln, sodass täglich ca. 570 Gramm zur Verfügung stehen. Dabei handelt es sich um Salate, Gemüse, Kartoffeln und etwas Obst. Geht man von 25 % Schäl- und Zubereitungsverlusten aus, enthalten die Abonnementkisten eine tägliche Verzehrsmenge von ca. 430 Gramm. Die „Deutsche Gesellschaft für Ernährung“ (DGE) empfiehlt einen täglichen Verzehr von 250 Gramm Gemüse, 200-250 g Obst und 80-100 g Kartoffeln, dies entspricht einem Gesamtgewicht von 530-650 g pro Tag. Nach diesen Empfehlungen könnte die Versorgung mit Obst, Gemüse und Kartoffeln für etwa zwei Tage mit dem Abonnement gedeckt werden.

Aus dieser Überlegung ergibt sich, dass nur ein kleiner Teil der Mahlzeiten durch Produkte aus dem Gemüseabonnements abgedeckt werden. Dies entspricht den Berichten der NutzerInnen, dass sie mit dem Gemüseabonnement vor allem eine Grundversorgung abdecken bzw. die Produkte vorrangig am Wochenende verbrauchen (vgl. Kapitel 5.2.5). Dennoch wird von qualitativen Veränderungen in der Lebensmittelversorgung berichtet. Die AbonnentInnen essen mehr unverarbeitetes Gemüse und ihr Wissen über Gemüse und ihre Zubereitungskenntnisse haben sich durch den Bezug des Gemüseabonnements erweitert. Dies wird von den NutzerInnen selbst als positiv erlebt und trägt dazu bei eine gesundheitsorientierte Ernährung zu fördern. Es wurde deutlich, dass bereits die geringe Menge unverarbeitet gelieferter Gemüse dazu führt, dass seltener Fertiggerichte verwendet und häufiger selbst Mahlzeiten aus frischen Produkten zubereitet werden. Die tatsächlichen Veränderungen im Konsum von frischem Obst und Gemüse durch die Gemüseabonnements konnten die NutzerInnen nicht quantifizieren. Sie sahen sich nicht in der Lage mengenmäßige Vergleiche zwischen ihren Verzehrsgewohnheiten vor und während dem Gemüseabonnement zu ziehen.

Als beschränkend für die Versorgung mit unverarbeiteten Lebensmitteln und die eigene Zubereitung von Mahlzeiten zuhause stellten sich zeitliche Anforderungen aus der persönlichen und beruflichen Alltagsorganisation heraus.

Die Veränderungen der Ernährungsgewohnheiten der Nutzerinnen des ökologischen

Lieferdienstes im „Offensiven Altern“ haben sich als eher gering heraus gestellt, weil diese schon seit vielen Jahren eine Ernährung praktizieren, die auf unverarbeiteten, ökologischen Lebensmitteln basiert und diese durch die Nutzung des Lieferdienstes für sich weiter gewährleisten wollten.

- Förderung von Stadt - Landbeziehungen

Als sozialer Effekt, der sowohl von den NutzerInnen als auch von den AnbieterInnen als positiv und bereichernd beschrieben wurde, hat sich die Entwicklung von Beziehungen und Bezugspunkten zwischen Stadt und Land heraus gestellt. Die emotionale Bindung ist wichtig für die Fortführung der direkten Handelsbeziehung. Ganzert, Burdick und Scherhorn kommen anhand der Erfahrungen in einem Praxisvorhaben zur Vermarktung regionaler Lebensmittel zu einem ähnlichen Ergebnis: Trotz des Ausbleibens eines individuellen ökonomischen Nutzens wog der soziale Nutzen (stärkere menschliche Bindungen, Aufwertung des eigenen Lebens und Wirtschaftens) in dem von ihnen untersuchten Fallbeispiel so stark, dass sie zur antreibenden Kraft für weitere gemeinschaftliche Anstrengungen einer Regionalvermarktungsinitiative wurden (Ganzert et al. 2004: 16). In Bezug auf den von Schade et al. (2002) festgestellten häufig insbesondere bei der Bevölkerung des ehemaligen West-Berlins fehlenden Bezug zum Umland Brandenburg und der daraus resultierenden geringen Priorisierung von regionalen Erzeugnissen, kann die hergestellte Beziehung der NutzerInnen von Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ zu einem im Umland wirtschaftenden Betrieb evtl. auch in anderen Bereichen positiv auf die Entscheidung für regionale Produkte wirken. Dies konnte aber im Rahmen der Untersuchung nicht erfasst werden.

Gemüseabonnements führen zu positiven sozialen Effekten: Die NutzerInnen empfinden eine Reduzierung ihres Aufwandes für die Ernährungsversorgung, der sich aus dem Wegfall von Einkäufen und der Vorstrukturierung der Mahlzeiten ergibt. Mit Gemüseabonnements verzehren die NutzerInnen mehr ökologische, unverarbeitete Gemüse, womit eine gesundheitsorientierte Ernährung gefördert wird. Zudem entwickeln sich aus dem direkten Kontakt zwischen KundInnen und AnbieterInnen neue Stadt-Landbeziehungen, die von beiden Seiten als bereichernd beschrieben wurden.

7.2.3 Zwischenfazit

Die koordinierte Nutzung von ökologischen Lieferdiensten oder Gemüseabonnements im Wohnumfeld ist mit zusätzlichen positiven Nachhaltigkeitseffekten verbunden, die über die Effekte der individuellen Nutzung durch einzelne Haushalte hinausreichen. Gemeint sind hier die Reduzierung des Aufwandes für die Ernährungsversorgung, die Erweiterung von Ernährungswissen, die Ausweitung der Nutzung ökologischer Lebensmittel.

Durch die gemeinsame Inanspruchnahme der Lieferdienste durch mehrere KundInnen in unmittelbarer räumlicher Nähe zueinander können Transportkilometer eingespart werden.

Weitere positive ökologische Effekte ergeben sich aus der Förderung des Absatzmarktes für Produkte aus dem ökologischen Landbau. Durch das Angebot im Wohnumfeld konnten interessierte KundInnen gewonnen werden, die zuvor nicht über die notwendigen Informationen verfügten, um ihren Wunsch ein Gemüseabonnement zu nutzen in alltägliches Handeln umzusetzen. Das Angebot im Wohnumfeld trägt in besonderer Weise dazu bei, einen guten Zu-

gang zu den notwendigen Informationen für die Interessierten zu gewährleisten.

In der Konzeption war davon ausgegangen worden, dass durch die Belieferung mehrerer KundInnen in einem Wohngebiet Win-Win-Situationen für NutzerInnen und AnbieterInnen erzielt werden könnten, indem KundInnen bei koordinierter Nutzung Liefergebühren einsparen und die AnbieterInnen neue KundInnen gewinnen und den Aufwand für die Belieferung reduzieren können. Die Untersuchung der Angebote zeigte, dass die Belieferung von mehreren KundInnen in einem Wohngebiet nicht unbedingt mit einer Aufwandsreduzierung für den Anbieterbetrieb verbunden ist. Abhängig von der Struktur der Wohnanlage und der Verteilung der KundInnen in den Gebäuden zeigte sich, dass der Arbeitsaufwand für die Belieferung in einem der beiden Fälle gleich geblieben war und die Verringerung des Transportaufwandes den Verzicht auf die Liefergebühren nicht auffangen konnte. Dies stellt u.U. eine wirtschaftliche Belastung für die anbietenden Unternehmen dar. Deshalb wäre es günstiger, das Angebot so zu gestalten, dass die Belieferung in einen für die BewohnerInnen der Wohnanlage gut zugänglichen und gut erreichbaren zentralen Raum erfolgt. Hierzu wäre ein Kommunikationsprozess zwischen AnbieterInnen und NutzerInnen erforderlich, um für beide Seiten zu tragfähigen Lösungen zu kommen.

8 Diskussion: Hemmnisse und Potenziale von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten

Im Rahmen des hier beschriebenen Forschungsvorhabens haben wir anhand von konkreten Praxisbeispielen die Umsetzungsbedingungen und Nachhaltigkeitseffekte von neuen Nutzungsstrategien untersucht. Dabei wurden anwendungsbezogene und wissenschaftliche Ziele in einem transdisziplinären Forschungsansatz miteinander verbunden. Ein wesentlicher Ausgangspunkt bei der Konzeption des Vorhabens war die Frage, inwieweit die Umsetzung und Verbreitung von nachhaltigen Konsummustern durch eine gezielte Berücksichtigung von Alltagsanforderungen bzw. zusätzliche Nutzen oder Entlastungen für die Haushalte verbessert werden kann.

Die wesentliche praxisorientierte Zielsetzung des Vorhabens bestand darin, in ausgewählten Wohnanlagen Maßnahmen und Angebote zur Förderung und Unterstützung eines nachhaltigen Konsumverhaltens in partizipativen Prozessen zu entwickeln und in ihrer praktischen Umsetzung zu erproben. Dies erfolgte in Kooperation mit verschiedenen Berliner Wohnungsunternehmen, wobei Anbieter von (potenziell) nachhaltigen Konsumangeboten sowie die BewohnerInnen der ausgewählten Wohnanlagen als weitere Akteure in den Prozess einbezogen waren. In den anwendungsbezogenen Teilen des Vorhabens konnten so in der Wohnungsbaugenossenschaft „Bremer Höhe“ eine Verleihbörse sowie ein für die BewohnerInnen vergünstigtes Angebot von Gemüseabonnements umgesetzt, im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ ein Planungsprozess für eine mögliche gemeinsame Inanspruchnahme von Dienstleistungen begleitet und bereits unabhängig von unserem Vorhaben bestehende Nutzung eines Lieferdienstes für ökologische Lebensmittel untersucht werden. In der zur Wohnungsbaugesellschaft Stadt und Land gehörigen Wohnanlage in der Rollbergsiedlung und dem Hochhaus am Wuhletal (Wohnungsbaugesellschaft Hellersdorf) kam es allerdings nach der ersten Befragung nicht zu einem Beteiligungsprozess, da sich die dort ermittelten Anknüpfungspunkte als nicht ausreichend für die weitere Planung und Umsetzung von Maßnahmen gezeigt hatten.

Über die Aktivitäten in den vier Wohnanlagen hinaus wurde im Rahmen einer weiteren Intervention erprobt, inwieweit vorhandene Dienstleistungsstrukturen im Wohnumfeld eine Anknüpfungsmöglichkeit für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen darstellen. Das hierzu in drei Conciergediensten erprobte Angebot (Akku-Pflegestation mit Batterierückgabemöglichkeit) wurde im Unterschied zum Vorgehen in den anderen Wohnanlagen nicht partizipativ mit den BewohnerInnen entwickelt, sondern in Zusammenarbeit mit dem Dienstleistungsunternehmen, das die Concierge-Logen betreibt.

Aus den praxisbezogenen Projektzielen resultiert als Forschungsfrage, unter welchen Bedingungen sich organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld umsetzen lassen und an welche Strukturen und Interessenskonstellationen dabei angeknüpft werden kann. In Bezug auf die Berücksichtigung von Alltagsanforderungen und die Integration in den Alltag wurden im Rahmen des Vorhabens verschiedene Aspekte betrachtet: die Frage der Erfassung und Einbeziehung von Alltagsanforderung durch Partizipation, die Potenziale und Hemmnisse der Umsetzung der untersuchten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Alltag sowie die Möglich-

keiten durch die Verortung im Wohnumfeld Nutzungshemmnissen entgegen zu wirken und die Integrierbarkeit in den Alltag zu erhöhen. Die empirisch ermittelten Erkenntnisse über das Nutzungsverhalten bzw. die Nutzungsmuster dienen darüber hinaus als wichtige Grundlage um abzuschätzen, mit welchen Nachhaltigkeitseffekten die untersuchten Nutzungsstrategien bei der konkreten Umsetzung im Alltag verbunden sind, inwieweit sie zu Umweltentlastungen führen und zu einem gesellschaftlichen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit beitragen (können).

Die im Vorhaben durchgeführten Untersuchungen beziehen sich in Zusammenhang mit dem transdisziplinären Forschungsansatz auf kontextabhängige Erfahrungen mit den konkreten Angeboten und Implementierungsprozessen. Insofern ist die direkte Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Kontexte begrenzt. Gleichzeitig liegt die Stärke des Ansatzes im Anknüpfen an konkreten Rahmenbedingungen und Anforderungen der Zielgruppe bei der praktischen Entwicklung der umgesetzten Projekte. Für Überlegungen zur Übertragbarkeit ist die Reflexion der Kontexte aus denen sich die Forschungsergebnisse speisen unabdingbar. Diese wurden bei den verschiedenen Erhebungsschritten mit erfasst, weshalb sie in diese Überlegungen einfließen können. Die daraus ermöglichte Beschreibung der konkreten Rahmenbedingungen und der Bezug auf die „Haushaltstypen“ und den ihnen zugrunde liegenden Merkmalen ermöglicht je nach Rahmenbedingungen die Ableitung von Schlussfolgerungen für andere Kontexte. Abstrahiert von den konkreten Kontexten lassen sich darüber hinaus argumentativ verallgemeinerbare Erkenntnisse aus den erprobten Angeboten und den Erfahrungen der NutzerInnen, Nicht-NutzerInnen und AnbieterInnen ableiten. Diese ergeben sich im Wesentlichen aus den Ergebnissen der empirischen Untersuchung, die anhand der Auseinandersetzung mit konkreten Angeboten Hemmnisse und Potenziale in Bezug auf die Integration von nachhaltigen Konsumalternativen in das Alltagshandeln deutlich werden lassen.

Im Folgenden werden die Ergebnisse des Vorhabens im Hinblick auf die genannten Fragekomplexe diskutiert. Dabei gehen wir zunächst auf die Rahmenbedingungen und Anknüpfungspunkte für die Gestaltung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld ein (8.1). Im Anschluss daran analysieren wir die Ergebnisse und Erfahrungen aus den Beteiligungsprozessen im Hinblick auf die Möglichkeiten und Grenzen partizipativer Verfahren für die Berücksichtigung von Alltagsanforderungen (8.2). Dies schließt eine Reflexion der im Vorhaben angewandten Methoden mit ein. Die Potenziale und Hemmnisse für die Umsetzung der betrachteten Nutzungsstrategien im Alltag und die Möglichkeiten der Verbesserung der Alltagsanbindung durch die Verortung im Wohnumfeld werden in einem gemeinsamen Abschnitt (8.3) diskutiert, da diese Aspekte eng zusammenhängen. Der darauf folgenden Abschnitt behandelt die Nachhaltigkeitseffekte der untersuchten Nutzungsstrategien (8.4). Im Rahmen des abschließenden Resümees ziehen wir einige Schlussfolgerungen insbesondere im Hinblick darauf, was sich aus den Ergebnissen des Vorhabens für die Förderung von nachhaltigem Konsum und den Forschungsbedarf zu diesem Themenkomplex ableiten lässt (8.5).

8.1 Bedingungen für die Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld

Die Bedingungen und Möglichkeiten für die Umsetzung von Angeboten für organisierte Gemeinschaftsnutzungen und ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld ist wesentlich von den vorhandenen Akteuren sowie ihren Interessen und Möglichkeiten geprägt.

In Bezug auf Anbieterstrukturen, die als Akteure für neue Nutzungsstrategien im Wohnumfeld geeignet sind, zeigte sich im Verlauf des Vorhabens, dass lediglich ein begrenztes Spektrum an kommerziellen Anbietern für als ökologisch einzuschätzende Dienstleistungen für ein Angebot im Wohnumfeld zur Verfügung steht. Die Erwartung, dass Conciergen als direkte Anbieter für alltagserleichternde Dienstleistungen im Wohnumfeld maßgebliche Akteure für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten darstellen können, hat sich nur zum Teil erfüllt. Beim kooperierenden Concierge-Unternehmen zeigten sich Grenzen in Bezug auf das Angebot von konsumbezogenen Dienstleistungen, da die beteiligten Conciergen grundsätzlich Angebote ausschließen, die eine Konkurrenz zu im jeweiligen Wohnumfeld vorhandenen Einzelhandelsunternehmen darstellen können. Darüber hinaus zeigte sich, dass Angebote zum nachhaltigen Konsum nur sehr begrenzt in die Aufgabengestaltung der Conciergen integriert werden können, da der Concierge in erster Linie die Leistungen anbietet, die von den BewohnerInnen direkt nachgefragt werden.

Die Wohnungsunternehmen sind zentrale Akteure bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen und Maßnahmen im Wohnumfeld. Im Hinblick auf ihre Handlungsspielräume haben sich im Verlauf des Vorhabens allerdings Restriktionen gezeigt, insbesondere in Bezug auf ein Angebot konsumbezogener Dienstleistungen. So fehlen in den Wohnungsunternehmen personelle Kapazitäten, um selbst als Anbieter in Vorleistung zu treten und damit attraktive Angebote wie z.B. den Verleih von Geräten oder die Organisation gemeinschaftlicher Nutzungen zu schaffen. Die Wohnungsunternehmen haben zudem keine ausreichenden Kriterien, nach denen sie von sich aus ein entsprechendes Unternehmen auswählen können. Darüber hinaus ist ein organisatorisches Problem, wie eine solche Kooperationsbeziehung in der Verwaltung angebunden werden kann. Die Möglichkeiten der Wohnungsunternehmen, proaktiv als Anbieter oder Vermittler von ökologischen Dienstleistungen oder Mietangeboten zu fungieren sind demnach begrenzt, sie sehen sich auch selbst nicht in der Rolle eines Dienstleistungsanbieters. So war der überwiegende Teil unserer Kooperationspartner aus der Wohnungswirtschaft zwar gerne bereit, Initiativen von BewohnerInnen durch die Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen und die Bereitstellung von Ressourcen zu unterstützen, allerdings unter der Voraussetzung, dass entsprechende Bedarfe auch von den MieterInnen artikuliert werden und eine Umsetzung durch die Interessierten erfolgt. Diese Haltung wurde sowohl von den beiden Wohnungsbaugenossenschaften als auch bei der Wohnungsbaugesellschaft Stadt und Land vertreten. Für die Initiierung und Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen unseres Vorhabens bedeutete dies, dass der Beteiligung und der Selbstorganisation der BewohnerInnen eine hohe Bedeutung zukam.

Der im Vorhaben verfolgte Ansatz der partizipativen Entwicklung von Maßnahmen hat sich vor diesem Hintergrund als für das Wohnumfeld ausgesprochen geeignet erwiesen. Aufgrund des hohen Stellenwerts, den die Mehrzahl der beteiligten Wohnungsunternehmen dem

Engagement der BewohnerInnen beimessen, ist neben der Erfassung und Bündelung der vorhandenen Interessen auch der Aspekt der Aktivierung und Motivation der BewohnerInnen durch ein Beteiligungsverfahren als ein wichtiger Aspekt zu sehen.

Es wurden bewusst sehr unterschiedliche Wohnanlagen für die praxisorientierten und empirischen Teile des Vorhabens ausgewählt, um hinsichtlich der infrastrukturellen Rahmenbedingungen und der BewohnerInnenstruktur ein möglichst breites Spektrum in das Vorhaben einzubeziehen. In der Folge ist es allerdings nur in bestimmten Kontexten gelungen Prozesse zur Unterstützung eines nachhaltigen Konsumverhaltens ans Laufen zu bringen. Der Verlauf und die Ergebnisse der Prozesse in den ausgewählten Wohnanlagen bzw. die Tatsache, dass in einem Teil der Wohnanlagen Beteiligungsprozesse durchgeführt und Maßnahmen umgesetzt werden konnten und in anderen nicht, verweisen auf förderliche und hemmende Voraussetzungen für die partizipative Gestaltung und Umsetzung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen bzw. der koordinierten Nutzung von ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld.

So werden die im Rahmen unseres Vorhabens untersuchten Maßnahmen und Angebote in erster Linie von Haushalten genutzt, die grundsätzlich an neuen Nutzungsstrategien interessiert oder zumindest für diese aufgeschlossen sind. Auch mit dem im Projekt verfolgten wohnumfeldbezogenen und beteiligungsorientierten Ansatz konnten - wie bei den meisten Aktivitäten im Themenfeld Nachhaltiger Konsum - in erster Linie umweltinteressierte Haushalte erreicht werden. An ökologischen Fragen bzw. neuen Nutzungsstrategien grundsätzlich nicht interessierte Haushalte konnten kaum für eine Beteiligung gewonnen werden.

Dabei wiesen die Haushalte, die sich im Rahmen des Vorhabens an neuen Nutzungsstrategien interessiert gezeigt hatten, einige spezifische sozioökonomische Merkmale auf: Aufgeschlossenheit und Interesse an eigentumslosen Nutzungsstrategien (Leihen, Gemeinschaftsnutzung) bestand vor allem bei jüngeren Personen mit überdurchschnittlich hoher Bildung, während ältere Menschen und Personen mit niedriger Formalbildung und geringem Einkommen kein Interesse an Leih- oder Gemeinschaftsnutzungsmöglichkeiten außerhalb des eigenen Familien- und Freundeskreises zeigten. Dies steht in Übereinstimmung mit anderen Forschungsergebnissen, wonach die Akzeptanz von eigentumslosen Nutzungsstrategien mit bestimmten soziodemografischen und psychografischen Merkmalen korreliert: Personen, die gegenüber Formen des eigentumslosen Konsums aufgeschlossener sind als andere, gehören eher zu jungen Alterskohorten, verfügen über ein überdurchschnittlich hohes Formalbildungsniveau und leben oft mit (kleinen) Kindern in Familien (Scholl, Konrad 2004).

Diese Personengruppen zeigten auch in unserem Vorhaben das größte Interesse an Lieferdiensten für ökologische Lebensmittel, und zwar relativ unabhängig von der im Wohngebiet vorhandenen Infrastruktur: Das größte Interesse bestand bei den BewohnerInnen der „Bremer Höhe“, in deren Umgebung gute Einkaufsmöglichkeiten für Bio-Lebensmittel vorhanden sind. Die Infrastruktur beeinflusst jedoch möglicherweise die Bestellmengen, da diese bei den BewohnerInnen des am Stadtrand befindlichen Frauenwohnprojektes „Offensives Altern“ deutlich größer sind. Bei älteren Menschen zeigte sich in unserem Projekt ein geringeres Interesse an Lieferdiensten. Die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses im „Offensiven Altern“ verweisen darauf, dass in diesem speziellen Kontext neben finanziellen Grenzen eine wesentliche Rolle spielt, dass die mit dem persönlichen Einkaufen verbundene

Selbständigkeit und der damit verbundene soziale Kontakt höher bewertet werden als die mögliche Entlastung durch einen Lieferdienst.

Die ermittelten Zusammenhänge zwischen soziodemografischen Merkmalen und dem Interesse an Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen deuten darauf hin, dass es vor allem in Wohnanlagen mit einer eher jungen gebildeten BewohnerInnenstruktur erfolgversprechend ist, Gemeinschaftsnutzungen und/oder ökologische Dienstleistungen anzubieten.

Darüber hinaus ist bemerkenswert, dass es im Rahmen unseres Vorhabens ausschließlich in den genossenschaftlichen Wohnanlagen zu Planungs- und Umsetzungsprozessen gekommen ist. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwiefern gerade Wohnungsgenossenschaften in dieser Hinsicht besonders günstige Voraussetzungen bieten. Genossenschaften spielen auf dem Wohnungsmarkt eine kleine, aber bemerkenswerte Rolle. Sie bieten eine wichtige alternative Wohnform, in der Wohnsicherheit mit der Herausbildung einer dauerhaften Gemeinschaft einhergeht (vgl. König 2004). Die Rechtsform Genossenschaft impliziert zwar nicht automatisch, dass Selbstorganisationsprozesse und gemeinschaftsorientierte Projekte in den Wohnanlagen stattfinden, vorhandene Mitbestimmungsstrukturen und die sozialreformerische Tradition der Genossenschaften stellen hier jedoch unterstützende Faktoren dar.⁷⁷ Darüber hinaus kann davon ausgegangen werden, dass bei den BewohnerInnen ein Mindestmaß an Ressourcen vorhanden ist: Der notwendige Erwerb von Genossenschaftsanteilen bedeutet, dass diese Wohnform für diejenigen zugänglich ist, die entsprechende finanzielle Ressourcen aufbringen können. Auch die Orientierung in den genossenschaftlichen Strukturen fordert in sozialer Hinsicht mehr von den BewohnerInnen als ein klassisches Mietverhältnis (a.a.O.).

Die Ergebnisse unseres Vorhabens legen daher nahe, dass die gemeinschaftsfördernden Aspekte des Genossenschaftsgedanken unterstützende Rahmenbedingungen für die Gestaltung und Umsetzung von gemeinschaftlichen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld darstellen. So zeigten sich im Rahmen des Vorhabens, insbesondere am Beispiel der Verleihbörse „Bremer Höhe“, Anknüpfungsmöglichkeiten für neue Nutzungsstrategien im Wohnumfeld im Sinne von Motivallianzen zwischen der Förderung des sozialen Lebens in der Nachbarschaft und gemeinschaftlichen Nutzungsstrategien. Dabei kommt beiden Aspekten wechselseitig die Funktion der „Trägersubstanz“ zu: Vertrauen und soziale Vernetzung sind ein wichtiger Nährboden für gemeinschaftliche Nutzungsstrategien, letztere bieten einen konkreten (stofflichen) Bezugspunkt für nachbarschaftliche Austauschprozesse (vgl. dazu auch Baier, Bennholdt-Thomsen 2003). Eine aktive Förderung von Nachbarschaftlichkeit und sozialem Leben durch das Wohnungsunternehmen, wie es zum Teil im Selbstverständnis von Genossenschaften verankert ist, kann damit eine gute Voraussetzung für die Förderung gemeinschaftlicher Nutzungsstrategien darstellen.

Die Ergebnisse und Erfahrungen in den verschiedenen Wohnanlagen verweisen zudem auf eine weitere Voraussetzung für die partizipative Gestaltung und Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld. Bei den BewohnerInnen der Wohnanlage (bzw. einer ausreichend großen Gruppe) muss die Bereitschaft und die Fähigkeit vorhanden sein, an der

⁷⁷ Beispielsweise werden in der Wohnungsbaugenossenschaft von 1892 eG alle vier Jahre Siedlungsausschüsse gewählt und damit ein organisatorischer und personeller Rahmen für Selbstorganisationsprozesse der BewohnerInnen geschaffen (Sylvia Walleczek, Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG, persönliche Mitteilung am 6.5.2004).

Gestaltung und Umsetzung von Projekten im Wohnumfeld mitzuwirken. Auch in dieser Hinsicht ist ein wesentlicher Faktor, inwiefern bei den BewohnerInnen ein Interesse am Austausch mit den Nachbarn und einem lebendigen sozialen Leben im Wohnumfeld besteht. Dies betrifft sowohl den Aspekt der Beteiligung an der Planung und Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien als auch das grundsätzliche Interesse an gemeinschaftlichen Nutzungsmöglichkeiten im Wohnumfeld.

In Gebieten mit einem schlechten Image und ressourcenschwachen⁷⁸ BewohnerInnen sind die genannten Voraussetzungen nicht gegeben. Unsere diesbezüglichen Erfahrungen in der untersuchten Wohnanlage in der Rollbergsiedlung stehen dabei in Übereinstimmung mit den Untersuchungsergebnissen des Forschungsvorhabens „Die Bedeutung von Wohngruppen für die Bildung von nachhaltigen Konsummustern“: Im Rahmen der dort durchgeführten schriftlichen Befragung von 616 BewohnerInnen in 60 Wohngebieten zeigte sich eine Korrelation zwischen dem Image eines Wohngebietes und der sozialen Kohäsion in der Nachbarschaft. Darüber hinaus zeigte sich in der Befragung eine Korrelation zwischen der sozialen Kohäsion und dem Einkommen und zwar sowohl im Vergleich zwischen verschiedenen Gebieten (je höher das mittlere Einkommen im Wohngebiet, um so höher ist die nachbarschaftliche Kohäsion) also auch auf der Ebene der einzelnen Befragten (je höher das Haushaltseinkommen, desto mehr Kontakte haben die BewohnerInnen in der Nachbarschaft) (Harloff et al. 2002).

Auch im Hinblick auf die Voraussetzungen für die Beteiligung der BewohnerInnen an partizipativen Planungs- und Umsetzungsprozessen haben sich die genossenschaftlichen Strukturen als förderlich erwiesen. Die Erfahrungen mit den Umsetzungsprozessen in der „Bremer Höhe“ verweisen jedoch darauf, dass die (Selbst)Organisation und das Engagement interessierter BewohnerInnen kein Selbstläufer ist. Vielmehr braucht das Engagement von interessierten BewohnerInnen einen organisatorischen Rahmen und Koordination. Dies zeigte der Prozess der Verstetigung der Verleihbörse, bei der die Etablierung einer koordinierenden Instanz über bezahlte Arbeit eine hohe Bedeutung hatte.

Das in Zusammenhang mit der Verstetigung der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ entwickelte Organisationsmodell, das sich durch die Kombination eines/r (für diese Tätigkeit bezahlten) festen Koordinators/in und seltenen aber regelmäßigen Treffen der interessierten und engagierten BewohnerInnen auszeichnet, hat sich in diesem Zusammenhang als ausgesprochen dauerhaft und entwicklungsfähig erwiesen. Mit der Person des Koordinators/ der Koordinatorin ist eine gewisse Zentrierung der Verantwortung verbunden, wodurch Kontinuität gewonnen wird. Durch die regelmäßigen Treffen wird der damit verbundenen Gefahr entgegen gewirkt, dass engagierte BewohnerInnen die Verantwortung vollständig delegieren oder keine Notwendigkeit für eine weitere Beteiligung mehr sehen. Die Treffen bieten ein Forum für die Entwicklung neuer Projekte bzw. die Weiterentwicklung der vorhandenen Projekte (z.B. Erweiterung der Verleihbörse zur Tauschbörse) sowie für Aktivitäten im Rahmen eines vorhandenen Projekts (z.B. die Gestaltung eines Infotisches zur Tauschbörse für das Mieterfest). Die Koordinationstätigkeit ist dabei eine anspruchsvolle Aufgabe, die Verlässlichkeit, soziale Kompetenz und Fingerspitzengefühl erfordert. So ist beispielsweise die Schaffung und Aufrechterhaltung eines stabilen Verhältnisses zwischen der eigenen Über-

⁷⁸ Der Begriff ressourcenschwach bezieht sich hier auf das komplexe Zusammenwirken verschiedener Faktoren (also auch Bildung, Netzwerke, Flexibilität), die die soziale Lage eines Individuums bestimmen und nicht allein auf das Einkommen.

nahme von Verantwortung und der Beteiligung und ggf. Aktivierung interessierter BewohnerInnen eine hohe Anforderung, die eine Reflexion der eigenen Rolle voraussetzt.

Die Erfahrungen in der „Bremer Höhe“ verweisen zudem darauf, dass mit der personellen Verankerung der Koordinationstätigkeit auch die Möglichkeiten für die Kommunikation mit externen Anbietern (hier: Anbieterbetrieb für Gemüseabonnements) verbessert werden.

8.2 Beteiligung der (potenziellen) NutzerInnen an der Gestaltung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld - ein Weg zur besseren Berücksichtigung von Alltagsanforderungen ?

Die Ergebnisse des Vorhabens liefern indirekte Hinweise darauf, dass ein enger Bezug zu den Bedürfnissen, Interessen und Handlungsanforderungen der (potenziellen) NutzerInnen eine wesentliche Voraussetzung dafür ist, dass nachhaltige Konsumangebote in Anspruch genommen werden. Die partizipative Planung und Gestaltung von Angeboten und Maßnahmen kann dabei zu einem besseren Bezug von Angeboten und Maßnahmen zu den Interessen und Bedürfnissen der (potenziellen) NutzerInnen beitragen. Im Hinblick auf das Ziel der Berücksichtigung von Alltagsanforderungen erwies sich die partizipative Planung allerdings als begrenzt.

Die Beteiligung der BewohnerInnen an der Planung und Gestaltung von organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld war im Vorhaben als Prozess angelegt, wobei der Durchführung von Workshops bzw. Zukunftswerkstätten in den jeweiligen Wohnanlagen eine zentrale Bedeutung zugemessen wurde. Die erste MieterInnenbefragung war dabei bereits ein Teil des Beteiligungsprozesses: Es wurde das Interesse der BewohnerInnen an verschiedenen Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen erfragt und als Grundlage für die Konzeption möglicher Angebote und Maßnahmen in den jeweiligen Wohnanlagen verwendet. Darüber hinaus diente die persönliche Befragung als Kontaktaufnahme mit den MieterInnen, mit dem Ziel sie für eine Beteiligung am weiteren Prozess zu motivieren. Der Vorteil dieses Vorgehens lag darin, dass die Beteiligung an einer Befragung niedrighschwelliger ist als die Teilnahme an Veranstaltungen, sodass durch diesen Schritt ein größerer Personenkreis erreicht werden konnte.

Mit den Workshops/Zukunftswerkstätten ist es in den beiden genossenschaftlichen Wohnanlagen gelungen einen Kreis von BewohnerInnen für einen längeren Beteiligungsprozess zu aktivieren. Die aktivierenden Aspekte waren ein wesentliches Argument für die Wahl der Methode „Zukunftswerkstatt“ gewesen. Im Hinblick auf die Verknüpfung mit einer in erster Linie durch das Forschungsvorhaben eingebrachten Zielsetzung - nämlich die Förderung von nachhaltigem Konsum durch die Berücksichtigung von Alltagsanforderungen - sind Zukunftswerkstätten nur bedingt als eine geeignete Methode anzusehen, da dies in gewisser Weise im Widerspruch zur prinzipiellen Offenheit von Zukunftswerkstätten steht.

Der Stellenwert der Workshops/Zukunftswerkstätten erwies sich im Verlauf des Projektes etwas anders, als ursprünglich vorgesehen und erwartet. Sie stellten im Rückblick im Wesentlichen eine Art Initialzündung für die Beteiligungsprozesse und nicht wie geplant ihr zentrales Element dar. Vielmehr gestaltete sich die partizipative Planung und Umsetzung von neuen Nutzungsstrategien in den untersuchten Wohnanlagen als längerfristiger Prozess. So wurden in den beiden genossenschaftlichen Wohnanlagen, in denen Partizipationsprozesse

stattfanden, mehrere Informations- und Diskussionsveranstaltungen durchgeführt, aus denen Impulse für die weitere Arbeit hervorgingen. Diese wurden von uns in Abstimmung mit den relevanten AkteurInnen und im Hinblick auf die jeweiligen Bedingungen vor Ort vorbereitet und durchgeführt. In Folge der Workshops/Zukunftswerkstätten bildeten sich auch Arbeitsgruppen, die zum Teil von uns moderiert, zum Teil unabhängig von uns an Fragen weiter arbeiteten, die in den Workshops/Zukunftswerkstätten aufgekomen waren. Im Rückblick auf den Prozess der BewohnerInnenbeteiligung kann die auf dem ExpertInnenworkshop des Teilprojekt GenderPlanning diskutierte Einschätzung bestätigt werden, dass der schlüssige Gesamtablauf eines partizipativen Prozesses von höherer Bedeutung ist als die methodische Gestaltung einzelner Veranstaltungen. Ein partizipativer Prozess ist dabei insgesamt kein Selbstläufer, sondern braucht kontinuierlich und über einen längeren Zeitraum Koordination und Moderation.

Die Beteiligungsprozesse wirkten aktivierend auf das Engagement der BewohnerInnen und eröffnete ihnen Mitgestaltungsmöglichkeiten im Wohnumfeld. Im Rahmen der Partizipation konnten engagierte BewohnerInnen an Gestaltungs- und Lernprozessen teilhaben, sowohl im Hinblick auf die Umsetzung von konkreten Maßnahmen (z.B. bei der Umsetzung der Verleihbörse in der „Bremer Höhe“) als auch in Bezug auf die Bewusstwerdung der eigenen Interessen (z.B. im Rahmen der Arbeitsgruppe „Versorgung“ im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“). Die Ergebnisse und Erfahrungen aus unserem Projekt verweisen aber auch auf Grenzen von Partizipation. Diese beginnen damit, dass die Beteiligung an einem partizipativen Prozess mit Anforderungen an die Beteiligten verbunden sind, die auch zu Überforderungen werden können. So ist Partizipation beispielsweise mit zusätzlichem zeitlichen Aufwand verbunden, der von einigen Personengruppen schwer mit ihren sonstigen Alltagsanforderungen vereinbar ist (z.B. in Bezug auf Kinderbetreuung, starke berufliche Beanspruchung, Verantwortung für pflegebedürftige Angehörige).

Eine wesentliche Voraussetzung für einen erfolgversprechenden partizipativen Prozess ist ein hohes Interesse und Motivation bei der Zielgruppe, sodass dem mit der Teilnahme an einem partizipativen Prozess verbundenen Aufwand auch ein persönlicher Nutzen gegenüber steht. Hier deuten sich Grenzen in Bezug auf den Einsatz von partizipativen Verfahren im Themenfeld nachhaltiger Konsum an, da ein Interesse oder die Erwartung eines persönlichen Nutzens beim überwiegenden Teil der Bevölkerung nicht vorausgesetzt werden kann. Eine Möglichkeit, dennoch Menschen für eine Beteiligung zu gewinnen, die in unserem Projekt auch genutzt wurde, ist die Verbindung von nachhaltigem Konsum mit anderen Themen, die für die angesprochenen Personenkreise von stärkerem Interesse sind. Im Fall unseres Vorhabens war dies, die Förderung des gemeinschaftlichen Lebens in der Nachbarschaft.

Nicht zuletzt verweisen die Ergebnisse und Erfahrungen aus unserem Projekt darauf, dass die Erfassung und Berücksichtigung von Alltagsanforderungen eine komplexe und anspruchsvolle Fragestellung darstellt, für die vielfach noch die methodischen Voraussetzungen fehlen. Sowohl im Rahmen der ersten MieterInnenbefragung als auch in den weiteren Beteiligungsprozessen erwies es sich als problematisch Alltagsanforderungen insbesondere im Hinblick auf die Realisierung von nachhaltigem Konsumverhalten zu erfassen:

Bei der persönlichen Befragung (erste MieterInnenbefragung) konnten einige spezifische Alltagsengpässe identifiziert werden (z.B. Probleme mit der alltäglichen Versorgung von älteren Menschen in Wohngebieten mit einer schlechten Infrastruktur, zeitliche Engpässe, Probleme

von allein erziehenden Müttern mit der Organisation der Kinderbetreuung, finanzielle Grenzen für die Nutzung ökologischer Produkte). Insgesamt stellte es sich in der Befragung jedoch als schwierig heraus, Alltagsprobleme explizit zum Thema zu machen. Fragen zu diesem Themenbereich bedurften in der Befragungssituation der Erläuterung, die Antworten kamen eher zögerlich. Wünsche für Veränderungen wurden von den Befragten kaum ausgesprochen. Auch in den von uns durchgeführten Zukunftswerkstätten und Workshops ist es nur in geringem Umfang gelungen, Bedarfe und Alltagsanforderungen an Maßnahmen im Bereich nachhaltigen Konsum zu thematisieren: Von den TeilnehmerInnen wurden in erster Linie Ideen für gemeinschaftliche Projekte in den Vordergrund gestellt, wobei persönliche Bedarfssituationen im Haushaltskontext kaum eine Rolle spielten.

Die Reflexion dieser Problematik auf unserem ExpertInnenworkshop „Nachhaltige Konsumangebote und neue Nutzungsstrategien: Anforderungen an und aus dem Alltag“ bestätigte, dass die vorhandenen Konzepte für nachhaltige Konsumangebote und neue Nutzungsstrategien Alltagsanforderungen bislang nicht ausreichend berücksichtigen. Zugleich machte die Diskussion das Dilemma deutlich, dass Erkenntnisse über Alltagsanforderungen für eine bessere Umsetzbarkeit von nachhaltigen Konsummustern erforderlich sind, es aber methodisch noch nicht ausreichend geklärt ist, wie sie untersucht werden können. Es wurde übereinstimmend festgestellt, dass die Erfassung von Alltagstätigkeiten, -praktiken und -anforderungen erst am Anfang wissenschaftlicher Untersuchungen stehen. Ein Problem wurde insbesondere darin gesehen, dass in den sozialen Alltagspraktiken implizite bzw. inkorporierte Wissen an die Oberfläche zu bringen, da alltägliche Handlungen vielfach nicht bewusst vorgenommen werden, sondern in Form von Routinen, die eben nicht immer wieder neu überdacht werden (müssen).

Die grundsätzliche Problematik der Erfassung von Alltagsanforderungen wird durch den Bezug auf den Themenbereich nachhaltiges Konsumverhalten und neue Nutzungsstrategien noch verschärft. Eine nachhaltigere Gestaltung des eigenen Konsumverhaltens ist für die Mehrheit der BürgerInnen nicht in ihre Alltagsroutinen integriert, sondern mit Mehraufwand und Zusatzbelastungen verbunden. Die Gruppe, für die Nachhaltigkeitsaspekte eine Rolle spielen, ist sehr klein. Barrieren für die Umsetzung im Alltag werden daher von den meisten nicht als Alltagsproblem wahrgenommen, auch wenn Schwierigkeiten bei der Einbindung in den Alltag ein Hemmnis für die Realisierung von nachhaltigem Konsumverhalten darstellen. Für die empirische Erfassung der konkreten Hemmnisse bei der Integration in den Alltag und die Bestimmung der bei der Gestaltung von Angeboten und Maßnahmen zu berücksichtigenden Alltagsanforderungen stellt dies einen bei der Forschungsmethodik zusätzlich zu berücksichtigenden Aspekt dar.

Die Erfahrungen im Vorhaben und deren Reflexion im Rahmen eines ExpertInnenworkshops verweisen somit darauf, dass in Bezug auf die methodische Erfassung von Alltagsanforderungen an nachhaltige Konsumangebote und neue Nutzungsstrategien noch erheblicher Forschungsbedarf besteht, insbesondere im Hinblick auf die (Weiter)Entwicklung von Erhebungs- und Beteiligungsmethoden.

8.3 Möglichkeiten und Grenzen für die Verbesserung der Alltagsanbindung von neuen Nutzungsstrategien im Wohnumfeld

Als ein Weg zur Verbesserung der Integration von neuen Nutzungsstrategien in den Alltag wurde die Verortung im Wohnumfeld angesehen. Hierdurch konnte die Umsetzung durch die Haushalte zum Teil erleichtert bzw. gefördert werden. Zur Untersuchung der diesbezüglichen Effekte sowie der angebotsspezifischen Potenziale und Hemmnisse für die Integration in den Alltag wurde die Nutzung der Angebote empirisch erhoben. Bedingt durch die Projektlaufzeit geschah dies zu einem im Verhältnis zur Etablierung der Angebote frühen Stadium.

Als wesentliche Effekte der Verortung im Wohnumfeld zeigten sich Vorteile durch einen verbesserten Informationsfluss (Wissen über konkrete Anbieter von Ökolieferdienst/ Gemüseabo, Wissen über Leihmöglichkeiten in der Nachbarschaft, Informationen über Akkumutzung in Zusammenhang mit der Akku-Pflegestation) sowie durch die räumliche Nähe und Unmittelbarkeit (kurze Wege zu anderen Verleih- bzw. Tauschbörsenmitgliedern, leichte Erreichbarkeit der Batterieabgabe beim Concierge).

So wirkte beispielsweise das Angebot von (liefergebührenermäßigten) Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“ einem typischen Hemmnis für die Nutzung von Gemüseabonnements entgegen: Häufig ist lediglich das Prinzip der Abokisten bekannt, es fehlen jedoch Informationen über konkrete Anbieter, sodass diese Möglichkeit der Versorgung mit ökologischen Produkten auch von interessierten Haushalten nicht erprobt werden kann (van Rühl 2003). Neben der Liefergebührenermäßigung war die Verfügbarkeit der handlungsorientierten Information über eine konkrete Bestellmöglichkeit ein wichtiger Faktor für die Nutzung des Gemüseabonnements durch BewohnerInnen der „Bremer Höhe“.

Das Wohnumfeld erwies sich bei den umgesetzten Maßnahmen als guter Rahmen, um durch handlungsorientierte Informationen und die Verbindung mit nachbarschaftlichen Netzen die Inanspruchnahme von nachhaltigeren Konsumangeboten leichter handhabbar zu machen. Darauf deutet die schnelle Gewinnung von KundInnen für das Gemüseabonnent und von TeilnehmerInnen für die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“, aber auch die Etablierung der Nutzung des Ökolieferdienstes im Wohnprojekt „Offensives Altern“. Als wichtig erwies sich in diesem Zusammenhang, dass die Informationen kontinuierlich präsent gehalten werden (z.B. über Infobretter oder regelmäßige Notizen in der Mieterzeitung) und immer wieder Anlässe für einen Einstieg in die Nutzung geschaffen werden (z.B. durch einen Stand beim Mieterfest). Die Bündelung der Nachfrage in der Wohnanlage ist dabei die Summe der jeweils individuell von den Haushalten getroffenen Entscheidungen, die beim Anbieterbetrieb zusammenlaufen. Die Möglichkeit der individuellen Entscheidung ohne Absprache mit anderen ist möglicherweise eine wichtige Voraussetzung für die Etablierung einer Dienstleistung.

Wesentliche Aspekte der Alltagsanbindung von ökologischen Dienstleistungen und organisierten Gemeinschaftsnutzungen werden jedoch von anderen Faktoren als der lokalen Verortung beeinflusst. So ist beim Gemüseabonnement oder dem ökologischen Lieferdienst für die Möglichkeit der Einbindung in den Alltag von entscheidender Bedeutung, wie die Ernährung im Haushalt insgesamt organisiert ist. Kommt eine Nutzung prinzipiell in Frage, wird die Berücksichtigung von (Alltags)Anforderungen der KonsumentInnen im Wesentlichen durch die Angebotsgestaltung und das Ausmaß der Kundenorientierung der anbietenden Unternehmen bestimmt. Dabei ist zu beobachten, dass die Berücksichtigung von Anforderungen

und Wünschen der KundInnen tendenziell zu Mehraufwand bei den Anbieterbetrieben führt, wobei der Arbeitsaufwand von den KundInnen in der Regel nicht wahrgenommen und nicht als zu bezahlende Dienstleistung angesehen wird. Diese - auch bei anderen haushaltsnahen Dienstleistungen bestehende - Problematik ist in Zusammenhang mit gesellschaftlichen Bewertungsprozessen zu sehen, die auf Gender als gesellschaftliche Strukturkategorie zurückgeführt werden können: Je näher eine Dienstleistungstätigkeit der Hausarbeit kommt (in diesem Fall dem Einkaufen) desto weniger wird sie als qualifizierte Arbeit wahrgenommen und desto weniger Wert wird ihr beigemessen (vgl. Thiessen 2002). Dies stellt ein strukturelles Problem für die Umsetzung haushaltsnaher ökologischer Dienstleistungen dar. Angesichts der Geschlechtsattribuierung von Hausarbeit ist zu vermuten, dass die Bereiche, für die ökologische Dienstleistungen angeboten werden, eher zu den entwerteten Bereichen gehören. Dies wirkt sich auf die Bewertung der jeweiligen Dienstleistung und damit der Zahlungsbereitschaft für diese aus, d.h. dass wenig Bereitschaft zu erwarten ist, hierfür einen hohen (bzw. dem Arbeitsaufwand angemessenen) Preis zu akzeptieren.

Darüber hinaus zeigte sich bei der praktischen Erprobung des liefergebührenermäßigten Gemüseabonnements in der „Bremer Höhe“, dass eine räumliche Bündelung der Nachfrage nur bedingt zu einer Reduktion des Aufwands beim anbietenden Betrieb führt. Zwar reduziert sich durch die Konzentration der KundInnen an einem Ort die zu fahrende Lieferstrecke, es bleibt jedoch der personalintensive Aufwand für die Auslieferung an die Wohnungstür. Die Reduktion der Liefergebühr kann sich daher für den Betrieb in Bezug auf das Verhältnis von Kosten und Einnahmen auch nachteilig auswirken. Diese Problematik zeigte sich vor allem angesichts der vielen zu beliefernden Aufgänge in der „Bremer Höhe“, d.h. sie ist erheblich durch die örtlichen Gegebenheiten beeinflusst. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Problematik für den Ökolieferdienst im Frauenwohnprojekt „Offensives Altern“ nicht in gleichem Maße stellt, da hier alle Kundinnen im gleichen Haus wohnen und ein Fahrstuhl vorhanden ist. Die Annahme, dass durch eine lokale Bündelung der Nachfrage relativ leicht eine win-win-Situation zu erreichen ist, hat sich vor diesem Hintergrund im Vorhaben nur zum Teil bestätigt.

Auch bei der Verleihbörse werden wichtige Aspekte der Alltagsanbindung nicht durch die Verortung im Wohnumfeld beeinflusst. Wesentlich sind hier die Einbindung der neuen Nutzungsoption in Entscheidungsstrukturen innerhalb des Haushalts sowie die Koordination mit anderen Verleihbörsenmitgliedern und damit einhergehende Unwägbarkeiten. Die Verleihbörse erleichtert bzw. erweitert den Zugang zu privaten Leihmöglichkeiten, die Verortung in der Genossenschaft führt durch die Nähe und Unmittelbarkeit zu kurzen Wegen und entsprechend geringem Transportaufwand. Die mit einer eigentumslosen Nutzung verbundenen Einschränkung der Flexibilität gegenüber der Nutzung des eigenen Privatbesitzes bleiben jedoch weitgehend erhalten. Darüber hinaus führt die Verleihbörse als Nachbarschaftsprojekt mit Selbstorganisationsanteil zumindest für einen Teil ihrer Mitglieder zu Mehraufwand in Form von ehrenamtlicher Arbeit. Dies steht in gewisser Weise im Widerspruch zum Ziel der Verringerung von Mehrbelastungen in den privaten Haushalten, mit der die Integration nachhaltiger Konsumalternativen in alltägliches Handeln erleichtert werden soll. Der zusätzliche Aufwand wird nach unseren Erfahrungen dann akzeptiert, wenn er mit einem persönlich als wichtig angesehenen Anliegen, wie der Entwicklung einer solidarischen Nachbarschaft, verbunden ist. Anstelle der Reduktion von Mehraufwand liegt der wesentliche Vorteil eines in

der Nachbarschaft verorteten Leih- und Tauschprojektes im sozialen Zusatznutzen.⁷⁹

Insgesamt ist festzustellen, dass sich durch die Verortung von ökologischen Dienstleistungen und organisierten Gemeinschaftsnutzungen im Wohnumfeld zwar spezifische Vorteile erzielen lassen, die Möglichkeiten damit zu einer breiten Verbesserung der Integration in den Alltag beizutragen, erscheinen vor dem Hintergrund der untersuchten Praxisbeispiele allerdings begrenzt.

8.4 Beiträge der untersuchten organisierten Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen zur gesellschaftlichen Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit

Die Abschätzung der Nachhaltigkeitseffekte zeigte, dass die untersuchten Nutzungsstrategien und Dienstleistungen (Verleihbörse, Gemüsesabonnements, Öko-Lieferdienst) insgesamt einen Beitrag in Richtung mehr Nachhaltigkeit leisten. Dabei liegen ihre Stärken in der Verbindung von ökologischen und sozialen Aspekten von Nachhaltigkeit. Die jeweiligen konkreten Effekte sind sehr spezifisch für die einzelnen Angebote: Bei der Verleihbörse besteht die Verknüpfung von ökologischen und sozialen Aspekten im Wesentlichen in der Kombination aus Gemeinschaftsnutzungen und Nachbarschaftsförderung, beim Gemüseabonnement und dem Öko-Lieferdienst in der Verbindung aus Förderung der ökologischen Landwirtschaft, Entlastung der Haushalte und Unterstützung einer gesundheitsfördernden Ernährung.

Die Größenordnung der erreichbaren ökologischen Effekte ist allerdings als verhältnismäßig gering einzuschätzen. Insbesondere die Ausrichtung der Verleihbörse auf selten benötigte Gebrauchsgegenstände bedingt, dass sich die Umweltentlastungseffekte in einer im Vergleich zu anderen Handlungsfeldern im Umweltbereich (z.B. Wärmedämmung) schon fast als zu vernachlässigenden Größenordnung befinden. Gemüseabonnements sind aufgrund ihrer Wirkungsweise im ökologisch relevanten Handlungsfeld Ernährung als bedeutsamer anzusehen. Abhängig vom Anteil des bezogenen Gemüses an der Ernährung und ihrem Einfluss auf den Konsum anderer, als umweltbelastender einzuordnender Nahrungsmittel (Fleisch, Fertigprodukte) können hier relevante Umweltentlastungspotenziale erzielt werden.

Das Ausmaß der ökologischen Effekte, die durch eine Nutzungsstrategie erzielt werden können, hängt erheblich davon ab, wie sie umgesetzt wird. Die Ergebnisse unserer Abschätzung liefern in diesem Zusammenhang Hinweise auf Einflussfaktoren sowohl auf der Nutzungsseite als auch auf der Angebotsseite. So hängen die ökologischen Effekte des Gemüseabonnements auf der Angebotsseite beispielsweise von der Fahrstrecke für die Lieferung (Lage des Betriebs zum Liefergebiet) und der Energieeffizienz des verwendeten Fahrzeugs ab. Auf der NutzerInnenseite werden die ökologischen Effekte wesentlich davon beeinflusst, mit welchen Veränderungen im Ernährungsverhalten die Nutzung des Gemüseabonnements verbunden ist. In welchem Umfang Umweltentlastungen durch die Verleihbörse erzielt werden können, hängt davon ab, inwiefern durch die Nutzungsoption das Kaufverhalten beeinflusst und Anschaffungen vermieden werden. Der jeweilige Bezug der Nutzung des Angebots zum Ernährungs- bzw. Kaufverhalten ist jedoch schwer erfassbar, da er letztlich in die spekulative „was wäre gewesen, wenn?“-Frage mündet. Hier stellt sich das methodische

⁷⁹ Dies knüpft an den Befund von Scholl und Konrad (2004) an, dass aufgrund des sozialen Nutzens die Akzeptanz von eigentumslosen Nutzungsstrategien im privaten Rahmen größer ist als im Hinblick auf kommerzielle Formen der eigentumslosen Nutzung.

Problem, Verhaltensveränderungen zu beschreiben und einem bestimmten Einflussfaktor (nämlich der jeweiligen Nutzungsstrategie) zuzuordnen und hierfür den jeweiligen Vergleichsmaßstab zu bestimmen. In Anbetracht der insgesamt geringen Dimension der erzielbaren ökologischen Entlastungseffekte ist fraglich, ob sich der erforderliche hohe empirische Aufwand lohnt, um durch die genaue Analyse der jeweiligen Einflussfaktoren zu ermitteln, wie die ökologischen Effekte optimiert werden können.

Über die unmittelbar abschätzbaren ökologischen Effekte hinaus ist die Bedeutung der umgesetzten Maßnahmen für die gesellschaftliche Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeit in Betracht zu ziehen. Hier weisen die betrachteten Umsetzungsbeispiele interessante Potenziale auf, da sie gesellschaftliche Lernprozesse und die Entwicklung von Gestaltungskompetenzen unterstützen (Selbstorganisation im Rahmen der Verleihbörse/Tauschbörse, Wissen über den Umgang mit unverarbeiteten Nahrungsmitteln und Veränderungsprozesse im Ernährungsverhalten durch Gemüseabonnements).

Im Hinblick auf ökonomische Aspekte liefern die untersuchten Beispiele des Gemüseabonnements und des ökologischen Lieferdienstes Hinweise auf Probleme, da den durch das jeweilige Unternehmen erbrachten Dienstleistungen zum Teil Einnahmen gegenüberstehen, die die ökonomische Tragfähigkeit der praktizierten Angebotsgestaltung, wie beispielsweise die Liefergebührenermäßigung in der „Bremer Höhe“, fraglich erscheinen lassen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht hieße das beispielsweise für das liefergebührenermäßigte Gemüseabonnement in der „Bremer Höhe“, dass der Aufwand für die Einzellieferung durch die Einrichtung einer Sammelstelle erniedrigt werden müsste, was den KundInnen im Nachhinein allerdings kaum zu vermitteln ist.

8.5 Resümee

Insgesamt zeigen die Ergebnisse des Vorhabens Potenziale für die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten durch Maßnahmen im Wohnumfeld, insbesondere durch die Verbindung von sozialen und ökologischen Aspekten. Entsprechende Maßnahmen und Angebote sind zwar nicht dazu geeignet die sogenannte „breite Masse“ für nachhaltige Konsumangebote zu gewinnen, aber sie können die Möglichkeiten für die Realisierung von nachhaltigem Konsumverhalten durch Interessierte verbessern. Dabei ist es wichtig, an vorhandenen Interessen anzusetzen und Potenziale für Verknüpfungsmöglichkeiten mit nachhaltigen Konsumangeboten zu nutzen.

Im Rückblick auf den Projektverlauf ist in diesem Zusammenhang allerdings festzustellen, dass bei den meisten umgesetzten Maßnahmen dem Forschungsprojekt im Hinblick auf die Verbindung von Projekten oder Dienstleistungen im Wohnumfeld mit nachhaltigem Konsum eine wesentliche Rolle als Impulsgeber zukam, und zwar sowohl bei den partizipativen Planungsprozessen mit den BewohnerInnen als auch bei der Realisierung entsprechender Dienstleistungsangebote in Kooperation mit dem Concierge-Dienstleister. Dies verweist unseres Erachtens auf ein Dilemma in Bezug auf die Förderung von nachhaltigem Konsumverhalten durch Maßnahmen und Angebote im Wohnumfeld: Einerseits ist das Wohnumfeld ein vielversprechender Rahmen, um - Interesse bzw. Aufgeschlossenheit bei den BewohnerInnen vorausgesetzt - die Umsetzungsbedingungen für nachhaltiges Konsumverhalten zu verbessern, andererseits fehlt es an Akteuren, die entsprechende Impulse und das nötige Know-How (z.B. Organisationsmodelle für Gemeinschaftsnutzungen, Anbieterstrukturen für

ökologische Dienstleistungen) in die Wohngebiete hineintragen. Die Unterstützung von Projekten durch die Wohnungsunternehmen sowie das Dienstleistungsangebot im Concierge werden maßgeblich dadurch bestimmt, welche Interessen und Bedürfnisse die BewohnerInnen von sich aus artikulieren. Gerade das ist angesichts des derzeitigen geringen Stellenwerts des Themas Nachhaltiger Konsum in der öffentlichen Debatte jedoch kaum zu erwarten. Auch in den hier untersuchten Wohnanlagen stand seitens der beteiligten BewohnerInnen das Thema Nachhaltigkeit nicht im Vordergrund, vielmehr wurde im Rahmen des Projektes die Möglichkeit genutzt neue Nutzungsstrategien mit den vorhandenen Interessen (beispielsweise an gemeinschaftlichem Leben in der Genossenschaft) gezielt zu verknüpfen.

Die Diskussion auf dem Abschlussworkshop unseres Projektes zeigte, dass Projekten und Dienstleistungen in Wohnumfeld von den anwesenden Praxisakteuren eine hohe Bedeutung zugesprochen wurde, dies aber vor allem im Hinblick auf soziale Aspekte. Im Zuge des aktuellen gesellschaftlichen Wandels, der zum Teil mit einem Rückgang der Kaufkraft und einem Rückzug des Staates aus der Daseinsvorsorge verbunden ist, entstehen neue Bedarfe für Dienstleistungen und Tauschmöglichkeiten im Wohnumfeld. Eine Verknüpfung mit ökologischen Aspekten werden von den in diesem Feld agierenden Praxisakteuren kaum gesehen bzw. nicht vordringlich angestrebt, da sie aus anderen Problemlagen heraus agieren.

Die Ergebnisse des Forschungsvorhabens verweisen damit darauf, dass im Wohnumfeld und speziell in Wohnungsgenossenschaften Potenziale für die Unterstützung von nachhaltigem Konsumverhalten zwar vorhanden, aber kein Selbstläufer sind. In den existierenden Akteurskonstellationen fehlt ein „Agent“, der diesbezügliche Impulse in die Wohnungsunternehmen hineinträgt und Umsetzungsprozesse unterstützt. Dies könnte beispielsweise durch eine Agentur geschehen, die an die vorhandenen Akteure herantritt, Ideen und Impulse in das Feld hineinträgt und bei der Umsetzung beratend zur Seite steht. Aufgrund der Langfristigkeit von Beteiligungs-, Planungs-, Umsetzungs- und Etablierungsprozessen sollte eine solche Agentur für einen angemessenen Zeitraum angelegt werden.

Darüber hinaus ist eine wesentliche Empfehlung, die aus den Erfahrungen und Ergebnissen des Vorhabens abgeleitet werden kann, dass es für den Erfolg von Initiativen und Selbstorganisationsprozessen im Wohnumfeld wichtig ist, diese durch professionelle Koordination zu begleiten und ihnen einen organisatorischen Rahmen zu geben. Dabei ist zu beachten, dass die partizipative Planung und Gestaltung von Maßnahmen als ein längerfristiger Prozess anzusehen ist. Sie erfordert einen Arbeitsprozess mit kontinuierlichen Treffen über einen längeren Zeitraum. Gerade bei selbstorganisierten Projekten ist Zeit erforderlich, um adäquate Arbeitsstrukturen zu entwickeln und zu verstetigen. In dieser Hinsicht kommt einer kontinuierlichen Koordinationstätigkeit eine hohe Bedeutung zu, um zu verhindern, dass Initiativen im Sande verlaufen. Die im Vorhaben angewandten aktivierenden Beteiligungsmethoden (Workshops, Zukunftswerkstatt) haben sich in diesem Zusammenhang als förderlich gezeigt, um zu einer Aktivierung interessierter BewohnerInnen und der Bündelung von Interessen beizutragen.

Die Bedeutung der Integrationsmöglichkeiten in den Alltag für die Möglichkeiten und Grenzen der Realisierung von nachhaltigem Konsumverhalten hat sich im Vorhaben bestätigt. Die Notwendigkeit der Erfassung von Alltagsanforderungen stellt sich dabei im Themenbereich „Neue Nutzungsstrategien“ in besonderer Weise, da hier der Umgang mit Produkten (und nicht „nur“ ihr Kauf) im Mittelpunkt steht. Im Hinblick auf die in diesem Zusammenhang not-

wendige Erfassung von Alltagsanforderungen wurde im Verlauf des Projektes deutlich, dass noch Forschungsbedarf zur (Weiter)Entwicklung entsprechender Methoden besteht, da Alltagsanforderungen und -routinen den Einzelnen in der Regel nicht bewusst und damit schwer zugänglich sind und ihre Untersuchung noch wenig erprobt ist.

Die Möglichkeiten, den mit nachhaltigeren Konsumverhalten verbundenen Mehraufwand durch Angebote im Wohnumfeld zu reduzieren, haben sich im Vorhaben als begrenzt erwiesen. Insbesondere wurde deutlich, dass zwischen einer Aufwandsreduktion bei den KonsumentInnen und dem Arbeitsaufwand bei den Anbietern eine starke Wechselbeziehung besteht.

Für die Untersuchung neuer Nutzungsstrategien folgt aus vorliegenden Ergebnissen, dass AnbieterInnen und NutzerInnen gleichgewichtig und in ihrer Wechselseitigkeit zu betrachten sind.

Literatur

Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V. Statistisches Bundesamt, [Hg.] (1999). Demografische Standards. Eine gemeinsame Empfehlung des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V. (ADM), der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. (ASI) und des Statistischen Bundesamtes. [ZUMA:http://www.gesis.org/Methodenberatung/Dem_Standards/]

Asendorf Inge, Martin Demmeler, Burghard Flieger, Joachim Jaudas, Dieter Sauer, Stephan Scholz (2003): Nachhaltigkeit durch regionale Vernetzung. Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften im Bedürfnisfeld Ernährung. Endbericht

Baier, Andrea, Veronika Bennholdt-Thomsen (2003): Der „Stoff“ aus dem soziale Nähe ist. In: Thomas Kluge, Engelbert Schramm (Hg.): Aktivierung durch Nähe. Regionalisierung nachhaltigen Wirtschaftens. München, S. 12-21

Barthel, Claus, Kora Kristof (2002): Ökoeffiziente haushaltsnahe Dienstleistungen im Handel - ein Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. In: Gerhard Bosch, Peter Hennicke, Josef Hilbert, Kora Kristof, Gerhard Scherhorn (Hg.): Die Zukunft von Dienstleistungen. Ihre Auswirkungen auf Arbeit, Umwelt und Lebensqualität. Frankfurt/New York

Becker, Ruth (1999): Feministische Planungsforschung: Eine Vielzahl offener Fragen. In: PlanerIn 4/1999, S. 5-8

Becker-Schmidt, Regina (1998): Relationalität zwischen den Geschlechtern, Konnexionen im Geschlechterverhältnis. In: Zeitschrift für Frauenforschung, 16. Jg., 3/98, S. 5-21

Behrendt, Siegfried, Frank Behr (2000): Öko-Rent im Bereich „Heimwerken, Baueigenleistung und Gartenpflege“, IZT-WerkstattBericht Nr. 41, Berlin.

Behrendt, Siegfried, Ralf Pfitzner (1999): Eco-Services for Sustainable Development in the European Union. Renting, Leasing, Sharing and Pooling Services - Methodology and State of the Art. IZT-WerkstattBericht Nr. 33.

Behrendt, Siegfried, Ralf Pfitzner (1999a): Vom Absatzdenken zur Dienstleistung. Stellenwert und Umsetzung ökologischer Dienstleistungen in der Unternehmenspraxis erfordern eine differenzierte Betrachtung, in: Müllmagazin 3/1999, S. 36-38

Besch, M, H. Hausladen (1998): Verbraucherpräferenzen für Nahrungsmittel aus der Region. Ergebnisse einer Verbraucherbefragung im Landkreis Freising - TU München Weihenstephan, Inst. für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Professur für landwirtschaftliche Marktlehre, Arbeitsbericht 23

Biesecker, Adelheid (2004): Neue Nutzungsstrategien (NN): Ein Beitrag zur bewussten Gestaltung von Re(Produktivität). Vortrag auf dem Workshop „Neue Nutzungsstrategien: Anschlussfähigkeit an und Widersprüche mit bestehenden ökonomischen Strukturen“ am 26.5.2004 im Umweltbundesamt Berlin

Birkhölzer, Karl (2004): Vortrag auf dem Workshop „Neue Nutzungsstrategien: Anschlussfähigkeit an und Widersprüche mit bestehenden ökonomischen Strukturen“ am 26.5.2004 im Umweltbundesamt Berlin

Blinde, Julia, Stefanie Böge, Hiltrud Burwitz, Hellmuth Lange, Günter Warsewa (2003): Informieren - Anbieten Verordnen. Wege zu nachhaltigen Konsummustern zwischen Konflikt und Konsens. artec-paper Nr. 104, Universität Bremen

BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (Hg.) (1999): Newsletter: Selbstbestimmt Wohnen im Alter - Modellprogramm, Nr. 4/ 1999, Bonn

BMVEL (Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft) (2004): Ernährungs- und Agrarpolitischer Bericht der Bundesregierung, <http://www.verbraucherministerium.de/data/000790D57FB21050BEF66521C0A8D816.0.pdf>

Bosch, Gerhard, Peter Hennicke, Peter, Josef Hilbert, Kora Kristof, Gerhard Scherhorn (2002): Die Zukunft der Dienstleistungen und ihre Auswirkungen auf Arbeit, Umwelt und Lebensqualität. Eine Einleitung. In: Gerhard Bosch, Peter Hennicke, Josef Hilbert, Kora Kristof, Gerhard Scherhorn: Die Zukunft der Dienstleistungen. Ihre Auswirkungen auf Arbeit, Umwelt und Lebensqualität. Campus-Verlag, Frankfurt/ New York 2002, S. 11-40

Brand, Karl-Werner (2002): Gesellschaftliche Zukunftstrends und nachhaltiger Konsum. In: Umweltbundesamt (Hg.) (2002): Nachhaltige Konsummuster. Ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Herausforderung für die Umweltkommunikation. Mit einer Zielgruppenanalyse des Frankfurter Instituts für sozial-ökologische Forschung. Berlin, S. 221-260

Brand, Karl-Werner, Traudl Brumbauer, Walter Seherer (2003): Diffusion nachhaltiger Konsummuster. Am Beispiel des lokalen Agenda 21-Prozesses in München. München: ökom Verlag

Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e. V. (Hg.) (o.J.): Das Food-Coop Handbuch. Gemeinsam ökologisch handeln. Bochum

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit [Hg.] (2000). Umweltbewusstsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit [Hg.] (2000). Umweltbewusstsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin

Bunge, Torsten, Susanne Tillmanns, Fabian Annas, Bernd Wirthgen (1993): Kisten-Abonnements in der Direktvermarktung von Öko-Betrieben, Arbeitsberichte zur angewandten Agrarökonomie Arbeitsbericht 14, Universität Gesamthochschule Kassel

Cunningham, Silvia, Petra van Rùth, Ines Weller (2000): Ökologische Dienstleistung Gemüseabonnement - Entlastung von Umwelt und Frauen? Untersuchung der sozio-ökonomischen Voraussetzungen, ökologischen Entlastungspotenziale und sozialen Folgen von Gemüseabonnements sowie Ableitung von Strategien zur Vergrößerung ihrer Reichweite, Berlin

de Haan, Gerhard (2004): Politische Bildung für Nachhaltigkeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 7-8 2004, S. 39-46

Diekmann, Andreas, Peter Preisendörfer (1992): Persönliches Umweltverhalten. Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 44 (1992), Heft 2, S. 226-251

Dittmann, Dagmar (1998): Große Neubausiedlungen in den neuen Bundesländern. In: Scheer, Rosi (1998): Frauen verändern ihre Stadt. Arbeitshilfe 3: Stadtentwicklung. Hg. Deutscher Städtetag. Köln, S. 114-120

Dylla, Renate, Barbara Freytag-Leyer, Karin Rockel, Jeanett Seifert, Ulrich Kurfürst (2002): Die Tiefkühl-Service-Station (TSS) - ein Beispiel für eine nachhaltige und effiziente Haushaltstechnologie. In: Gerhard Scherhorn, Christoph Weber (Hg.): Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung. München 2002

Empacher, Claudia, Doris Hayn, Stephanie Schubert, Irmgard Schultz (2002): Die Bedeutung des Geschlechtsrollenwandels. In: Umweltbundesamt (Hg.): Nachhaltige Konsummuster. Ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Herausforderung für die Umweltkommunikation. Mit einer Zielgruppenanalyse des Frankfurter Instituts für sozial-ökologische For-

schung. Berlin 200, S. 182-214

Empacher, Claudia, Konrad Götz (1999): Ansprüche an ökologische Innovationen im Lebensmittelbereich, ISOE Diskussionspapiere 10, Frankfurt a.M.

empirica (2003): Evaluation des Berliner Quartiersmanagement in der Pilotphase 1999-2002. Band 1: Zusammenfassung und Empfehlungen. Ergebnisse für das Verfahren insgesamt. Im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin. Bearbeitung: Stefan Geiss, Dr. Marie-Therese Krings-Heckemeier, Ulrich Pfeifer, Darja Reuschke, Annamaria Schwedt im Internet unter:

http://www.quartiersmanagement-berlin.de/et_dynamic/page_files/1042download.pdf?1086200240

Erdmann, Lorenz, Volker Handke, Siegfried Behrendt, Michael Scharp, unter Mitarbeit von Stefan Klinski (2002): Nachhaltige Bestandsbewirtschaftung nicht erneuerbarer knapper Ressourcen. Handlungsoptionen und Steuerungsinstrumente zur Schließung von Kreisläufen für Kupfer und Blei unter Einbeziehung ökonomischer, rechtlicher und ökologischer Kriterien. Abschlussbericht. Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) Berlin

Forum Umwelt und Entwicklung (1997): Zukunftsfähiges Deutschland - Zukunft für Frauen? Memorandum der AG Frauen im Forum Umwelt und Entwicklung, Bonn

Franke, Sassa (2001): Car-Sharing: Vom Ökoprosjekt zur Dienstleistung, Berlin

Fraunhofer ISI - Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung/ cepe - Centre for Energy Policies and Economics Swiss Federal Institutes of Technology (2003): Der Einfluss moderner Gerätegenerationen der Informations- und Kommunikationstechnik auf den Energieverbrauch in Deutschland bis zum Jahr 2010 - Möglichkeiten zur Erhöhung der Energieeffizienz und zur Energieeinsparung in diesen Bereichen. Abschlussbericht an das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit. Karlsruhe/Zürich

Freudenau, Henrik (1999): Vom Wohnungsanbieter zum Mobilitätsdienstleister, Die GSW Gesellschaft für Soziales Wohnen in Gießen bietet ihren Mietern eine Alternative zum eigenen Auto, In: Rundbrief Nr. 10 „Autoarme Stadtquartiere“, <http://www.ils.nrw.de/publik/autoarm/11-99-3.htm> 17.08.2001

FWI/IZT (Führungsakademie der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft e. V. / Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung) (1999): News Letter No. 1 Mitteilungen aus dem Forschungsverbund „Benchmarking der Wohnungswirtschaft als Anbieter und Förderer von Dienstleistungen“, Berlin und Bochum

Ganzert, Christian, Bernhard Burdick, Gerhard Scherhorn (2004): Empathie, Verantwortlichkeit, Gemeinwohl: Versuch über die Selbstbehauptungskräfte der Region. Ergebnisse eines Praxisforschungsprojekts zur Vermarktung regionaler Lebensmittel. Wuppertal Papers Nr. 142, Wuppertal, Mai 2004

Gapp, Martina (1998): Kompetenzen nutzen, Erfahrungen umsetzen - Beteiligung von Frauen beim Erstellen einer Lokalen Agenda. In: Müller-Christ, Georg (Hg.): Nachhaltigkeit durch Partizipation. Bürgerbeteiligung im Agenda-Prozess. Sternenfels, S. 117-139

GdW - Bundesverband deutscher Wohnungsunternehmen (2004): Innovative Dienstleistungen „rund um das Wohnen“ professionell entwickelt. Service Engineering in der Wohnungswirtschaft. Berlin

Geier, U., B. Friebe, G. Haas, V. Molkenhuth, U. Köpke (1998): Ökobilanz Hamburger Landwirtschaft - Umweltrelevanz verschiedener Produktionsweisen, Handlungsfelder Hamburger Umweltpolitik, Schriftenreihe des Instituts für Organischen Landbau, Berlin

GRS (2004): Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien (GRS) (2004): Erfolgskontrolle 2003, Hamburg

Haas, G., U. Köpke (1994): Vergleich der Klimarelevanz ökologischer und konventioneller Landbewirtschaftung, In: Enquete-Kommission „Schutz der Erdatmosphäre“ des Deutschen Bundestages (Hg.): Band 1, Landwirtschaft, Studienprogramm, Teilband II, Studie H, Bonn

Handke, Volker (1995): Die Umweltrelevanz von mülltonnengängigen Elektroaltgeräten. Diplomarbeit am Institut für technischen Umweltschutz, Fachgebiet Abfallwirtschaft der TU Berlin

Hansen, Ursula, Ulf Schrader: Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog. Campus-Verlag: Frankfurt/New York 2001, S. 17-48

Harloff, Hans-Joachim, Kees Christiaanse, Gabriele Wendorf, Karsten Zillich, Hans-Liudger Dienel (2002): Nachhaltiges Wohnen. Befunde und Konzepte für zukunftsfähige Stadtquartiere. Heidelberg, Physica-Verlag

Harloff, Hans-Joachim, Kees Christiaanse, Gabriele Wendorf, Karsten Zillich, Hans-Liudger Dienel (Hg.) (2000): Wohnen und Nachhaltigkeit. Interdisziplinäre Forschung vor der Haustür. Werkbericht des Forschungsprojektes „Die Bedeutung von Wohngruppen für die Bildung nachhaltiger Konsummuster“ TU Berlin

Heinemann, (Herr) StattAuto Car-Sharing AG (2003): persönliche Mitteilung am 20.1.2003

Hirschl, Bernd (2000): Produkte länger und intensiver nutzen - das Beispiel private Textilwäsche. Schriftenreihe des IÖW 149/00, Berlin

Hirschl, Bernd, Wilfried Konrad, Gerd Scholl (Hg.) (2000): Produkte länger und intensiver nutzen. Dokumentaion des Abschlussworkshops des Projekts neue Nutzungskonzepte für Produkte, Mannheim, 4. Mai 2000

Hirschl, Bernd, Wilfried Konrad, Gerd Scholl, Stefan Zundel (2001): Nachhaltige Produktnutzung. Sozial-ökonomische Bedingungen und ökologische Vorteile alternativer Konsumformen. Berlin - edition sigma

Hofmeister, Sabine, Ines Weller (2004): Nationale Nachhaltigkeitsstrategien - 'blinde Flecken' aus und für Genderperspektiven. Das Beispiel Deutschland. Bremen (unveröffentlichtes Manuskript; Englische Fassung erscheint in: Joachim H Spangenberg (ed.): Sustainability and the Waltz of Life, Deep Roots, High Relevance and Cultural Diversity: Taking Stock of the Sustainability Discourse

Hofmeister, Sabine, Maria Eleonora Karsten, Ines Weller, Verena Brinkmann, Sylvia Kägi, Nina Katz, Tanja Mölders, Anja Thiem (2002): Dokumentation zum aktuellen Stand von Forschung und Diskussion zum Thema ‚Geschlechterverhältnisse und Nachhaltigkeit‘. Berlin (<http://www.umweltbundesamt.org/fpdf-l/2324.pdf>)

Hofmeister, Sabine, Tanja Mölders, Maria Eleonora Karsten (Hg.) (2003): Zwischentöne gestalten: Dialoge zur Verbindung von Geschlechterverhältnissen und Nachhaltigkeit. Kleine Verlag Bielefeld

Hohm, Dirk, Angelika Hoppe, Helga Jonuschat, Michael Scharp, Dirk Scheer, Gerd Scholl (2002): Dokumentation des Workshops „Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft: professionelle Entwicklung neuer Serviceangebote“ am 14. November 2002 in Mannheim, Herausgegeben vom IÖW Berlin

Hünecke, Katja, Uwe R. Fritsche, Ulrike Eberle (2004): Lebenszykluskosten für Ernährung. Ernährungswende Diskussionspapier Nr. 2. Darmstadt, Freiburg

imug (Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e. V. an der Universität Hannover) (2002): Nachhaltiger Warenkorb - eine Hilfestellung für den nachhaltigen Konsum. Ergebnisse der Auswertung der Testphase. Im Internet verfügbar: www.nachhaltigkeitsrat.de

Jasch, Christine, Gabriele Hrauda (2000): Ökologische Dienstleistungen. Markt der Zukunft.

Forschungsbericht des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung. Wien

Jonuschat, Helga, Michael Scharp (2004): Service Engineering im Wohnungsbereich. In: Zukünfte 13. Jahrgang, Heft 46, Frühjahr 2004, S. 50-51

Jungbluth, Niels (2000): Umweltfolgen des Nahrungsmittelkonsums: Beurteilung von Produktmerkmalen auf Grundlage einer modularen Ökobilanz, Dissertation ETH Nr. 13499, Umwelt- und Naturwissenschaften, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Zürich

Jungk, Robert, Norbert R. Müllert (1997): Zukunftswerkstätten - Mit Phantasie gegen Routine und Resignation, München

Karhoff, Brigitte, Rosemarie Ring, Helga Steinmaier (1993): Frauen verändern ihre Stadt. Selbstorganisierte Projekte des sozialen und ökologischen Stadterneuerung

Kjer, I., K. H. Simon, M. Zehr, U. Zerger, F. Kaspar, H. Bossel, A. Meier-Ploeger, H. Vogtmann (1994): Landwirtschaft und Ernährung, In: Enquete-Kommission «Schutz der Erdatmosphäre» (Hg.): Landwirtschaft - Studienprogramm, Vol. Band I, Teilband II, Studie J, Teil A, Bonn

Koerber, Karl von, Jürgen Kretschmer (1999): Der Anspruch auf Nachhaltigkeit im Ernährungsbereich - Wie zukunftsfähig ist unser Ernährungsstil? In: Verbraucherdienst 44 - 4/99, S. 88-95

Köhler, Holger (2004): Potenziale und Hemmnisse für wohnanlagenbezogenes Car-Sharing. Projektarbeit im Forschungsbereich sozial-ökologische Forschung/ Gender & Environment an der Fakultät III der Technischen Universität Berlin, Berlin

König, Barbara (2004): Stadtgemeinschaften. Das Potenzial der Wohnungsgenossenschaften für die soziale Stadtentwicklung. Berlin - edition sigma

Kopfmüller, Jürgen, Volker Brandl, Juliane Jörisen, Michael Paetau, Gerhard Banse, Reinhard Coenen, Armin Grunwald (2001): Nachhaltige Entwicklung integrativ betrachtet. Konstitutive Elemente, Regeln, Indikatoren. Berlin

Kristof, Kora, Sabein Nanning, Christiane Becker (2002): Tauschringe und Nachhaltigkeit. Wuppertal Papers Nr. 118, November 2001, Wuppertal

Kuhnt, Beate, Norbert R. Müllert (1996): Moderationsfibel Zukunftswerkstätten - verstehen - anleiten - einsetzen, Ein Praxisbuch zur Sozialen Problemlösungsmethode Zukunftswerkstatt, Münster

Lange, Hellmuth (2000): Eine Zwischenbilanz der Umweltbewusstseinsforschung. In: Hellmuth Lange (Hg.): Ökologisches Handeln als sozialer Konflikt. Umwelt im Alltag. Verlag Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 13-34

Littig, Beate (2000): Eco-efficient services for private households: Looking at the consumer's side. In: Pretterhofer, Ursula (ed.): International Summer Academy on dTechnology Studies. Strategies of a Sustainable Product Policy. July 9-15, 2000, Deutschlandsberg, Austria. Conference Proceedings

Littig, Beate, Ingrid Machold, Ella Scheibelhofer (1998): Fallstudien ökoeffizienter Dienstleistungen und gemeinsamer Nutzung im Alltag: Wäschewaschen, Heimwerken und Kühlen. Institut für Höhere Studien (IHS) Projektbericht, Wien

Lorenz, Günther, Monika Schillat (2002): Lokale sozio-ökonomische Profile Soldiner Kiez und Wrangelkiez. Studien im Rahmen des CONSCISE-Projektes. Veröffentlichungsreihe des IFP / IFG Lokale Ökonomie Nr. 36. Berlin

Mäder, P, A. Fließbach, D. Dubois, L. Gunst, P. Fried, U. Niggli (2002): Soil fertility and biodiversity in organic farming, Science 296, 1694 - 1697

Meyer, Sybille, Eva Schulze (1999a): Der intelligente Haushalt. Das können heute Netztech-

nologien. In: Die Wohnungswirtschaft 1/99 S. 21-23

Meyer, Sybille, Eva Schulze (1999b): Der intelligente Haushalt - Teil 2. Ist die Wohnungswirtschaft technikfeindlich? In: Die Wohnungswirtschaft 3/99 S. 25-26

Neitzel, Harald (1996): Agenda 21 und Studien über nachhaltige Entwicklung. In: Ökologisches Wirtschaften. Ausgabe 3/4, 1996, 18-20.

Overbeck, André (2004): Nutzung von primären und sekundären Gerätebatterien in privaten Haushalten und mögliche unterstützende ökologische Dienstleistungen im Wohnumfeld. Unveröffentlichte Studienarbeit.

Pfitzner, Ralf, Siegfried Behrendt (2000): Nachhaltig Waschen. Umweltentlastung durch gemeinschaftliche Nutzungsformen? Fallstudie im Rahmen des Projektes „Eco-Services for Sustainable Development in the European Union“. Unter Mitarbeit von Annette Kleinknecht und Stéphanie Zangl. Werkstattbericht Nr. 42 des Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin

Putnam, Robert D. (Hg.) (2001): Gesellschaft und Gemeinsinn. Sozialkapital im internationalen Vergleich. Gütersloh, Verlag Bertelsmann Stiftung

Quartiersmanagement im Rollbergviertel (o.J.): Zwischen Dorfbetreuung und Kiezmanagement, im Internet unter <http://www.rollberg-quartier.de> (20.8.2004)

Rausch, Thomas (Tauschring Kreuzberg) (2004): Redebeitrag auf der Podiumsdiskussion „Nachbarschaftsprojekte und Dienstleistungen im Wohnumfeld - Luxus, sozialer Kitt oder notwendige Unterstützung im Alltag?“ im Rahmen des Workshops „Wege zu mehr Lebensqualität im städtischen Wohnumfeld. Iden und Projekte für Nachbarschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.“ am 26.07.2004 an der TU Berlin

Reisch, Lucia A. (2002): Und wir alle? - Wer nachhaltig konsumiert hat mehr vom Leben. In: BUND/ Misereor: Wegweiser für ein zukunftsfähiges Deutschland. München 2002, S. 199-208

Riedesser, Karin (2000): Der private Haushaltscheck - Ein Ratgeber mit Tipps, wie Sie gesund leben, die Umwelt schonen und dabei auch noch Geld sparen!, herausgegeben von Maximilian Gege, B.A.U.M. e. V. Hamburg

Rösch, Christine, Maren Heincke (2001): Ernährung und Landwirtschaft, In: A. Grunwald, R. Coenen, J. Nitsch, A. Sydow, P. Wiedemann (Hg.): Forschungswerkstatt Nachhaltigkeit, Wege zur Diagnose und Therapie von Nachhaltigkeitsdefiziten, Berlin

Rosenkranz, Doris (1998): Konsummuster privater Lebensformen - Analysen zum Verhältnis von familiendemographischem Wandel und privater Nachfrage, Wiesbaden

Schade, Günther, Karl-Hermann Hübler, Martina Schäfer, Susanne Schön, Heike Walk, Gudula Madsen (2002): Wege zur Verbreitung ökologischproduzierter Lebensmittel in Berlin-Brandenburg, Berlin

Schäfer, Martina, Benjamin Nölting, Lydia Illge (2003): Zukunftsfähiger Wohlstand – Analyse-rahmen zur Evaluation nachhaltiger Wohlstandseffekte einer regionalen Branche. Unter Mitarbeit von Tina Broeckmann und Elke Baranek. In: Discussion paper 10/03 des Zentrum Technik und Gesellschaft der Technischen Universität Berlin.

Scharp, Michael, Ekatarina Atmatzidis (1999): Fallstudie: Wohnungsbaugesellschaften als Dienstleistungsvermittler. In: Michael Scharp, Jürgen Galonska, Rolf Kreibich: Dienstleistungen der Wohnungswirtschaft für den Mieter: Akzeptanz, Beschäftigungseffekte und Öko-Effizienz. Tagungsdokumentation. IZT Werkstattbericht Nr. 31. Berlin, S. 111-122

Scharp, Michael, Jürgen Galonska, Rolf Kreibich (1999): Dienstleistungen der Wohnungswirtschaft für den Mieter: Akzeptanz, Beschäftigungseffekte und Öko-Effizienz. Tagungsdokumentation.

kumentation, Werkstattbericht Nr. 31 des IZT, Berlin

Schischke, Karsten, Rolf Kohlmeyer (2004): Projektbericht zu den Arbeitspaketen des Forschungsschwerpunktes Technologien der Mikroperipherik an der TU Berlin. Projekt „Regionale Netze für die Wieder- und Weiterverwendung elektronischer Geräte“, unveröffentlicht, Berlin

Scholl, Gerd (2000): Zwischen Vision und Machbarkeit. Einführung in das Schwerpunktthema „öko-effiziente Dienstleistungen“. in: Ökologisches Wirtschaften 5/2000, S. 10

Scholl, Gerd, Stefan Zundel (1999): Neue Nutzungskonzepte für Produkte – Entwicklungsperspektiven von Strategien zur Nutzungsdauerverlängerung und Nutzungsintensivierung - In: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung, Jg. 12 (1999), Heft 4, S. 517-531

Scholl, Gerd, Werner Baumann, Anneliese Muth (1997): European Ecolabel for Batteries for Consumer Goods. Appendix - Background Informations, IÖW, <http://www.oekopro.de/files/FIN-APP.pdf>

Scholl, Gerd, Wilfried Konrad, Wilfried (2004): Verbraucherakzeptanz von Nutzungsstrategien. Diskussionspapier des IÖW 63/04, Berlin/ Heidelberg

Schrader, Oliver (1998a): Zur Aneignung bedingt geeignet. Soziale, mikropolitische und architektonische Bedingungen der Aneignung und Gestaltung des Wohnumfelds durch die Bewohner in einem Wiener Gemeindebau. Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grads Mag.re.soc.oec. an der Grund- und Integrativwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien

Schrader, Ulf (1998b): Empirische Einsichten in die Konsumentenakzeptanz öko-effizienter Dienstleistungen. MUK-Lehr- und Forschungsberichte Nr. 42, Hannover

Schultz, Irmgard (1998): Die Gestaltungsmacht von (Haus-)Frauen. Ein unverzichtbares Potenzial für eine nachhaltige Produktentwicklung. In: Jahrbuch Ökologie 1999, hrsg. von Günter Altner, Barbara Mettler-von Meibom, Udo E. Simonis u. Ernst U. von Weizsäcker, München 1998, S. 74-82

Schultz, Irmgard, Ines Weller (1997): Bestandsaufnahme der Ergebnisse der einschlägigen sozialwissenschaftlichen Forschung zu den Themenkreisen Umweltbewußtsein und -verhalten, Wertewandel, neue Lebensstile und neue Wohlstandsmodelle, In: Umweltbundesamt (Hg.): Nachhaltige Konsummuster und postmaterielle Lebensstile -Vorstudien-, Berlin, S. 110-188

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (o.J.): Quartiersmanagementgebiet Rollbergsiedlung. im Internet unter <http://www.stadtentwicklung.berlin.de/wohnen/quartiersmanagement/de/rollberg/index.shtml> (20.8.2004)

Stiegler, Barbara (1998): Frauen im Mainstreaming: politische Strategien und Theorien zur Geschlechterfrage. Electronic ed.: FES Library, Bonn 1999 (<http://www.fes.de/fulltext/asfo/00653toc.htm>)

Stiftung SIGA/ASS - Stiftung der Schweizerischen Interessengemeinschaft für Abfallverminderung und Aktion Saubere Schweiz (1998a): Auf den Spuren grauer Energie. Ihr Alltag unter der Lupe, Zürich

Stiftung SIGA/ASS - Stiftung der Schweizerischen Interessengemeinschaft für Abfallverminderung und Aktion saubere Schweiz (1998b): Auf den Spuren grauer Energie. Ihr Alltag unter der Lupe, Anhang, Zürich

Stiftung Warentest (Hg.): Einer für alle - aufladbare Batterien. In: test, 07/2000, S. 40-42

Stolz, Hilde (2000): Neue Nutzungskonzepte für Produkte. Beispiele für die gelungene Nutzungsintensivierung von Produkten durch gemeinschaftliche Nutzung an den Beispielen Car-

Sharing und Teilen-statt-Kaufen. Dokumentation der Vortragspräsentation am 4.5.2000 in: Bernd Hirschl, Wilfried Konrad, Gerd Scholl (Hg.): Produkte länger und intensiver nutzen. Dokumentation der Abschlussworkshops des Projekts Neue Nutzungskonzepte für Produkte, Mannheim 4. Mai 2000. Berlin/ Heidelberg

Strubel, Volker, Carl-Otto Gensch (1997): Orientierende Ökologische Abschätzung von Gebrauchsgütern. In: Verbraucherzentrale Baden-Württemberg: „Nutzen statt Besitzen“ Mieten, Teilen, Leihen von Gütern. Ein Zukunftsmodell?, herausgegeben vom Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg, Luft, Boden, Abfall Heft 47

Taube T., M. Wachendorf, R. Wulffes, J.M. Greef (1997): Perspektiven semi-intensiver Produktionssysteme in Milchvieh-/Futterbauregionen Norddeutschlands. Berichte aus der Landwirtschaft 75, S. 586–603

Tauscher, Bernhard, Günter Brack, Gerhard Flachowsky, Martina Henning, Ulrich Köpke, Angelika Meier-Ploeger, Klaus Münzing, Urs Niggli, Klaus Pabst, Gerold Rahmann, Corinna Willhöft, Esther Mayer-Miebach (2003): Bewertung von Lebensmitteln verschiedener Produktionsverfahren, Statusbericht 2003, vorgelegt von der Senatarbeitsgruppe „Qualitative Bewertung von Lebensmitteln aus alternativer und konventioneller Produktion“, In: Schriftenreihe des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, Reihe A: Angewandte Wissenschaft, Heft 499

Thiessen, Barbara (2002): Analyse prekärer Beschäftigung in Privathaushalten: Impulse für Ökonomie und Beschäftigung. In: Fabel, Oliver, Nischik, Reingard M. (Hg.): Femina Oeconomica: Frauen in der Ökonomie. München 2002, S. 85-104

Tutzinger Erklärung „Schritte zu einem nachhaltigen Konsum“ (1997). In: Umweltbundesamt (Hg.): Trendsetter - Schritte zum Nachhaltigen Konsumverhalten am Beispiel der privaten Haushalte. UBA-Texte 64/97, Berlin

UBA (1998): Umweltbewusst leben - Handbuch für den umweltbewussten Haushalt, Berlin

Umsonstladen (2002): „Umsonstladen“. Der Gebrauchswert entscheidet. In: Mietermagazin 5-2002. Im Internet: <http://www.mietermagazin.de/mietermagazin/andere/5-05/s06.htm> (aufgerufen am 8.8.2002)

Umweltbundesamt (2002): Nachhaltige Konsummuster. Ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Herausforderung für die Umweltkommunikation. Mit einer Zielgruppenanalyse des Frankfurter Instituts für sozial-ökologische Forschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag

Umweltbundesamt (2002b): Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Die Zukunft dauerhaft umweltgerecht gestalten. Erich Schmidt Verlag: Berlin

Umweltbundesamt (Hg.) (2002): Nachhaltige Konsummuster. Ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Herausforderung für die Umweltkommunikation. Mit einer Zielgruppenanalyse des Frankfurter Instituts für sozial-ökologische Forschung. Berlin

van R  th, Petra (2003):   kologische Dienstleistung Gemüseabonnement: Untersuchung eines Handlungskonzeptes zur Gestaltung des Bed  rfnisfeldes Ernährung auf ökologische und soziale Rahmenbedingungen und Folgen. Dissertation. TU Berlin 2003, (http://edocs.tu-berlin.de/diss/2003/vanrueth_petra.pdf)

Vereinte Nationen (2002): Bericht des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung. Durchführung des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung - Kapitel III. Johannesburg (Südafrika) 26. August . 4. September 2002 (auszugsweise Übersetzung)

Weber, C., B. Gebhardt, A. Schuler, U. Fahl, A. Voß (1998): Energy consumption and airborne emissions in a consumer perspective. Final report EU-projekt No. 30, Institut für Energiewirtschaft und rationelle Energieanwendung, Stuttgart

Weller, Ines (1997): Löffeln die Frauen die Suppe aus? Anforderungen an Nachhaltige Kon-

summuster aus der Sicht von Frauen als Expertinnen des Alltags. In: Zukünfte Nr. 20/97, S. 28-29

Weller, Ines (1999): Ökologische Stoff- und Produktinnovation. Analyse der Gestaltungsmacht privater Konsumentinnen und Konsumenten am Beispiel Textilien. In: Ines Weller, Esther Hoffmann, Sabine Hofmeister, Sabine (Hg.): Nachhaltigkeit und Feminismus: Neue Perspektiven - Alte Blockaden. Kleine Verlag, Bielefeld 1999, S. 133-150

Weller, Ines (2003): Wege zur nachhaltigen Gestaltung des Life Cycles von Produkten und Stoffen: Auf den Spuren der Wirkmächtigkeit der Geschlechterverhältnisse. Habilitationsschrift. TU Berlin.

Weller, Ines, Doris Hayn, Irmgard Schultz (2002): Geschlechterverhältnisse, nachhaltige Konsummuster und Umweltbelastungen. In: Ingrid Balzer u. Monika Wächter (Hg.): Sozial-ökologische Forschung. Ergebnisse der Sondierungsprojekte aus dem BMBF-Förderschwerpunkt. Ökom-Verlag, München, S. 431-452

Wetterich, F., G. Haas (1999): Ökobilanz Allgäuer Grünlandbetriebe. Intensiv-Extensiviert-Ökologisch. Berlin

Wilke, Georg (2002): Professionalisiertes Car-Sharing im Dilemma Ökologie/Ökonomie? Überlegungen zur Zukunft des Autoteilens in Deutschland. In: Internationales Verkehrswesen (54) 12/2002, S. 608-613

Wirthgen, B., E. Schmidt, J. Gewert (1999): Möglichkeiten und Grenzen regionaler Verwertungskonzepte am Beispiel Minimarkthallen in loser Kooperation mit Verbrauchermärkten und Einkaufszentren. In: Schriftenreihe der landwirtschaftlichen Rentenbank 13

Zinniker, Rolf (2003): Battery Recycling: An other way, ETH Zürich, Institut für Elektronik, International Conference for Battery Recycling (ICBR 2003), Lugano, 18.-20.6.2003

Zundel, Stefan (2004): Vortrag auf dem Workshop „Neue Nutzungsstrategien: Anschlussfähigkeit an und Widersprüche mit bestehenden ökonomischen Strukturen“ am 26.5.2004 im Umweltbundesamt Berlin

Anhang

Fragebogen für die 1. MieterInnenbefragung

Laufende Nummer: _____

Bevor wir mit den Fragen anfangen, sage ich noch mal kurz worum es geht. Wir sind ein Projekt an der TU Berlin zu organisierten Gemeinschaftsnutzungen und der gemeinsamen Inanspruchnahme von Dienstleistungen nach dem Motto

„Gemeinsam nutzen und Vorteile genießen.

Nachbarschaftlich. Umweltfreundlich. Effektiv “

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Wohnungsbaugesellschaften, darunter auch die [für das Haus zuständige Gesellschaft], wollen wir in vier Modellprojekten erforschen, welche Angebote von den Mieterinnen und Mietern gewünscht werden, wie das organisiert werden kann und welche Effekte sich aus solchen Angeboten ergeben – für den Alltag der Menschen aber auch für die Umwelt.

Ihr Haus ist eins dieser Modellprojekte. Diese Befragung der Bewohnerinnen und Bewohner des Hauses ist der erste Schritt, im Sommer werden Veranstaltungen zur Beteiligung der Mieterinnen und Mieter an der Planung stattfinden und ab Herbst sollen dann die Angebote und Maßnahmen in Zusammenarbeit mit der [Wohnungsbaugesellschaft] umgesetzt werden.

Mit dieser ersten Befragung wollen wir einen ersten Eindruck von den Interessen der Bewohnerinnen und Bewohner gewinnen. Die Befragung wird etwa x Minuten dauern. Darüber hinaus möchten wir noch einige Fragen zur Alltagsorganisation und zum Konsumverhalten stellen, die für die wissenschaftliche Auswertung wichtig sind. Also beispielsweise um abschätzen zu können, auf was für Wohngebiete die Erfahrungen in den Modellprojekten übertragen werden können.

Haben Sie noch Fragen dazu? – Sonst fangen wir jetzt an.

.....

(Datum)

.....

(Name der InterviewerIn)

0. Wer lebt im Haushalt?

- v1.** Da sich unsere Befragung an die Haushalte richtet, würde ich als erstes gerne von Ihnen wissen, wer in Ihrem Haushalt lebt.

	wer? (Status)	ErwachseneR/ Kind (E/K)	m/w
1**			
2			
3			
4			
5			
6			

[Erwachsen sind alle Haushaltsmitglieder über 18 Jahren.]

**** befragte Person**

I. Interesse an Gemeinschaftsnutzungen, ökologischen Dienstleistungen, Teilnahme am Partizipationsverfahren

Im Rahmen des Modellvorhabens in Ihrem Haus wollen wir Angebote für Gemeinschaftsnutzungen erproben. Eine denkbare Möglichkeit wäre eine Art Verleihstation für Gegenstände, die man im Alltag nur selten braucht. Wir möchten gerne von Ihnen wissen, von welchen Gegenständen Sie es sich vorstellen könnten, sie auszuleihen.

v2a. Wenn es in Ihrem Haus eine Verleihstation oder etwas ähnliches gäbe, welche Dinge würden Sie oder andere Mitglieder Ihres Haushaltes dann nutzen wollen?

	würden wir vielleicht nutzen	würden wir wahrschein- lich nicht nutzen, ist aber gute Idee	eher kein Interesse	besitzen wir privat
[Code]	1	2	3	4
hohe Leiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elektrische Werkzeuge wie Bohrmaschine, Stichsäge, ... welche: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Renovierungsutensilien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werkzeugkasten mit Hammer, Schraubenschlüsselsatz, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stühle und Bänke für größere Feiern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschirrpool für Feste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grill	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waffeleisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entsafter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teppichreiniger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähmaschine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fahrrad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fahrradanhänger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lastenfahrrad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinderspielzeug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesellschaftsspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sackkarre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handwagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- v2b.** Gibt es andere Gegenstände, die hier nicht aufgeführt sind, die Sie gerne im Haus oder in der Nähe ausleihen können würden?

- v3.** Eine andere Möglichkeit von Gemeinschaftsnutzungen ist die Einrichtung von zentralen Nutzungsmöglichkeiten für unbewegliche Geräte.

Welche der folgenden Einrichtungen wären für Sie möglicherweise von Interesse?

	würden wir vielleicht nutzen	würden wir wahrschein- lich nicht nutzen, ist aber gute Idee	eher kein Interesse	besitzen wir privat
[Code]	1	2	3	4
Computerraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waschmaschine u. Wäschetrockner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiefkühleinrichtung mit abschließbaren Fächern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trainings- und Fitnessgeräte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- v4.** Haben Sie noch andere Ideen für Gemeinschaftseinrichtungen im Haus?

- v5.** Steht bei Ihnen in der nächsten Zeit die Anschaffung eines der bereits genannten oder eines ähnlichen Gerätes an?

1 ☐ ja, und zwar:

2 ☐ nein

- v6.** Hätte es einen Einfluss auf Ihre Entscheidung für oder gegen eine Anschaffung, wenn der Gegenstand im Haus zum Verleihen zur Verfügung gestellt würde?

1 ☐ ja 2 ☐ nein 3 ☐ vielleicht

- v7.** Besitzen Sie in Ihrem Haushalt Gegenstände wie z.B. die vorher genannten, von denen Sie sich grundsätzlich vorstellen könnten, sie auch an Nachbarn zu verleihen?

1 ☐ ja 2 ☐ nein

Wenn ja, was würden Sie verleihen? _____

- v8.** Haben Sie manchmal den Bedarf, dass Ihnen jemand bei bestimmten Arbeiten zur Hand geht (z.B. Reparaturen, Transporte, Ausfüllen von Formularen, Erstellen von Schreiben, Kochen und Backen für große Feste, Einkäufe bei Krankheit)?

1 ☐ sehr oft 2 ☐ häufig 3 ☐ selten 4 ☐ nie

Welche Arbeiten wären das? _____

- v9.** Können Sie sich vorstellen, dass im Haus ein System von gegenseitiger Nachbarschaftshilfe aufgebaut werden könnte wenn es durch uns oder irgend jemand anderen koordiniert würde (Ein Beispiel wären sogenannte Tauschringe, wo innerhalb einer größeren Gruppe verschiedene Dienstleistungen ausgetauscht werden. Die Mitglieder nehmen Dienste von anderen Mitgliedern in Anspruch, bieten aber auch selbst Dienste für andere an, so dass über alle Teilnehmenden hinweg insgesamt ein Ausgleich stattfindet.)?

- 1 ☐ kann ich mir gut vorstellen
2 ☐ vielleicht
3 ☐ schwer vorstellbar
-

- v10.** Können Sie sich vorstellen im Rahmen eines solchen Systems Ihre Nachbarn bei bestimmten Arbeiten und Problemen zu unterstützen?

- 1 ☐ kann ich mir gut vorstellen
2 ☐ vielleicht
3 ☐ schwer vorstellbar
-

- v11.** Wir würden gerne eine Vorstellung über die Nachbarschaft in Ihrem Haus gewinnen. Dazu möchten wir zunächst gerne wissen, wie gut Sie Ihre Nachbarn kennen.

INT.: Kategorien vorlegen!

	Keine	wenige Personen	mehrere Personen	fast alle	alle
<i>[Code]</i>	1	2	3	4	5
Wie viele Nachbarn kennen Sie vom Sehen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit wie vielen unterhalten Sie sich ab und zu, ohne wirklich gut bekannt zu sein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit wie vielen sind Sie gut bekannt oder sogar befreundet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- v12.** Können Sie mir bitte sagen, wie sehr die folgenden Aussagen auf Sie und Ihre Nachbarn zutreffen.

INT.: Gelbe Karten mischen und ausgeben, Kategorien vorlegen!

[illegible]

v13. Im Rahmen unseres Projektes möchten wir gemeinsam mit den Bewohnerinnen und Bewohnern überlegen, was für Angebote zu Gemeinschaftsnutzungen im Haus sinnvoll sein können. Wie schätzen Sie das Interesse im Haus an entsprechenden Veranstaltungen ein?

- 1 ☐ sehr großes Interesse
 - 2 ☐ großes Interesse
 - 3 ☐ mittleres Interesse
 - 4 ☐ geringes Interesse
 - 5 ☐ kein Interesse
-

II. Fragen zur Alltagsorganisation

v14. Wie empfinden Sie die Einkaufsmöglichkeiten in Ihrem Wohngebiet?

- 1 ☐ sehr gut
- 2 ☐ gut
- 3 ☐ mittelmäßig
- 4 ☐ eher schlecht
- 5 ☐ sehr schlecht

v15. Welche Angebote fehlen Ihnen?

Int: Offen fragen, aber den Kategorien auf dem Bogen zuordnen!

☐ es fehlt nichts

es fehlt

- ☐ zu Fuß erreichbarer Supermarkt
- ☐ sehr preiswerter Supermarkt/ Discounter (Aldi, Lidl, Penny, ...)
- ☐ Bioladen
- ☐ ökologische Lebensmittel im Supermarkt
- ☐ Getränkehandel
- ☐ Angebot einer größeren Lebensmittelvielfalt (breites Sortiment im Supermarkt, Läden für spezielle Lebensmittel)
- ☐ Bäcker
- ☐ Einkaufsmöglichkeit für Öko-Fleisch
- ☐ Einkaufsmöglichkeit für frischen Fisch
- ☐ Einkaufsmöglichkeit für frisches Gemüse
- ☐ spezieller Drogeriemarkt (Spinnrad oder so)

Sonstiges: _____

- v16.** In unserem Projekt wollen wir Angebote und Maßnahmen entwickeln, die an den Alltag angepasst sind oder sogar Erleichterungen im Alltag mit sich bringen. Aus diesem Grund interessiert uns, an welchen Stellen es in Ihrem Alltag möglicherweise zu Engpässen kommt oder wo Sie sich unterstützende Angebote im Wohnumfeld wünschen würden. Gibt es Dinge im Alltag, die Sie als sehr aufwändig oder als belastend empfinden? Zum Beispiel zeitliche oder organisatorische Schwierigkeiten, Dinge die schwer zu bekommen sind, oder Transportprobleme?

Int: Antwort entweder hier eintragen

- v17.** Gibt es in Ihrem Haushalt eine Person, die hauptsächlich für die Hausarbeit zuständig ist?

1 ☐ ja

2 ☐ nein

Wenn ja, wer? Haushaltsmitglied _____

(Nr. entsprechend der Tabelle aus Fragenblock 0 eintragen)

III. Typisierung des Konsumverhaltens

Jetzt möchte ich Ihnen noch ein paar Fragen zur Ausstattung Ihres Haushaltes und zum Konsumverhalten stellen.

ZUNÄCHST ZUR AUSSTATTUNG MIT GEBRAUCHSGÜTERN:

v18. Welche der folgenden Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

1. Küche

- ☐ Küchenmaschine
- ☐ Espressomaschine
- ☐ Tiefkühlschrank oder -truhe (mehr als ein TK-Fach)

2. Unterhaltungselektronik

- ☐ DVD-Player
- ☐ Gameboy
- ☐ Videokamera
- ☐ Discman
- ☐ Spielkonsole

3. Information und Kommunikation

- ☐ Computer
- ☐ Internetzugang
- ☐ Scanner
- ☐ Handy

4. Reinigung und Wäschepflege

- ☐ Teppichreiniger
- ☐ Mangel / Bügelmaschine
- ☐ Trockner

5. Handwerken und Renovieren

- ☐ Akkuschrauber
- ☐ Stichsäge
- ☐ Bohrmaschine

6. Freizeit

- ☐ Fitnessgeräte

UND NUN ZUM MOBILITÄTSVERHALTEN:

v20. Besitzen Sie ein oder mehrere Autos?

ja, _____ Auto(s)

wenn nicht, haben Sie anderweitig die Möglichkeit, ein Auto zu nutzen?

1 ☐ ja

2 ☐ nein

v21. Wie viele gebrauchstüchtige Fahrräder gibt es in Ihrem Haushalt?

_____ Fahrräder

FRAGEN ZUR VERKEHRSMITTELWAHL DER EINZELNEN HAUSHALTSMITGLIEDER:
(siehe Tabelle auf der folgenden Seite)

Nummern sollen mit denen aus Fragenblock 0 übereinstimmen	Haushaltsmitglied 1	Haushaltsmitglied 2	Haushaltsmitglied 3	Haushaltsmitglied 4	Haushaltsmitglied 5
v22. Besitzen Sie eine BVG-Zeitkarte oder ein Berlin-Ticket?*	1 <input type="radio"/> ja 2 <input type="radio"/> nein	1 <input type="radio"/> ja 2 <input type="radio"/> nein	1 <input type="radio"/> ja 2 <input type="radio"/> nein	1 <input type="radio"/> ja 2 <input type="radio"/> nein	1 <input type="radio"/> ja 2 <input type="radio"/> nein
v23. Welches Transportmittel benutzen Sie täglich? <i>Beim Fragen betonen, dass es nicht nur um Wege zur Arbeit geht.</i> <i>(Mehrfachantworten sind möglich, z.B. Fahrrad + BVG bei jahreszeitlichen Unterschieden)</i>	<input type="radio"/> Auto (SelbstfahrerIn) <input type="radio"/> Auto (MitfahrerIn) <input type="radio"/> Fahrrad <input type="radio"/> BVG <input type="radio"/> zu Fuß gehen (ohne Wege zur BVG) <input type="radio"/> Motorrad/ Mofa <input type="radio"/> _____	<input type="radio"/> Auto (SelbstfahrerIn) <input type="radio"/> Auto (MitfahrerIn) <input type="radio"/> Fahrrad <input type="radio"/> BVG <input type="radio"/> zu Fuß gehen (ohne Wege zur BVG) <input type="radio"/> Motorrad/ Mofa <input type="radio"/> _____	<input type="radio"/> Auto (SelbstfahrerIn) <input type="radio"/> Auto (MitfahrerIn) <input type="radio"/> Fahrrad <input type="radio"/> BVG <input type="radio"/> zu Fuß gehen (ohne Wege zur BVG) <input type="radio"/> Motorrad/ Mofa <input type="radio"/> _____	<input type="radio"/> Auto (SelbstfahrerIn) <input type="radio"/> Auto (MitfahrerIn) <input type="radio"/> Fahrrad <input type="radio"/> BVG <input type="radio"/> zu Fuß gehen (ohne Wege zur BVG) <input type="radio"/> Motorrad/ Mofa <input type="radio"/> _____	<input type="radio"/> Auto (SelbstfahrerIn) <input type="radio"/> Auto (MitfahrerIn) <input type="radio"/> Fahrrad <input type="radio"/> BVG <input type="radio"/> zu Fuß gehen (ohne Wege zur BVG) <input type="radio"/> Motorrad/ Mofa <input type="radio"/> _____

**Erläuterung: Das Berlin-Ticket ist seit der letzten Tarifänderung ein neues Angebot der BVG. Eine Art Bahn-Card für den öffentlichen Nahverkehr.*

v24. Hätten Sie oder andere Mitglieder Ihres Haushaltes prinzipiell Interesse an irgendeiner Form von Car-Sharing?

1 ☐ ja 2 ☐ nein 3 ☐ vielleicht 4 ☐ bin bereits Car-Sharing-TeilnehmerIn

Wenn ja oder vielleicht: Wozu würden Sie ein Car-Sharing Auto nutzen wollen? Unter welchen Bedingungen könnten Sie sich die Teilnahme an einem Car-Sharing vorstellen?

Wenn nein: Gibt es Bedingungen, unter denen Car-Sharing für Sie interessant werden könnte?

Wenn bereits Car-Sharing-TeilnehmerIn: Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Rahmenbedingungen für ein gut funktionierendes Car-Sharing?

ZUM BEDARFSFELD ERNÄHRUNG:

Int: Kategorien vorlegen

		nie	1 x pro Woche o. weniger	mehrmals pro Woche	fast täglich oder täglich
	[Code]	1	2	3	4
v25a.	Wird in Ihrem Haushalt regelmäßig gekocht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v25b.	Wie oft verwenden Sie bei der Zubereitung von Mahlzeiten frisches Gemüse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v25c.	Wie oft werden in Ihrem Haushalt Fleischwaren gegessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v25d.	Wie oft werden in Ihrem Haushalt Wurstwaren gegessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v25e.	Werden in Ihrem Haushalt Fertiggerichte (inkl. Tiefkühlfertiggerichte) verwendet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

v26. Kaufen Sie Produkte aus kontrolliert ökologischen Landbau?

1 ☐ regelmäßig 2 ☐ punktuell 3 ☐ nein

v27. Würden Sie gerne mehr Produkte aus ökologischem Landbau kaufen?

1 ☐ ja
2 ☐ nein
9 ☐ weiß nicht

v28. Wenn ja: Was müsste sich verändern, damit Sie das leichter realisieren können?

v29. Kaufen Sie Fleisch aus kontrolliert ökologischen Landbau?

1 ☐ regelmäßig

2 ☐ punktuell

3 ☐ nein

v30. Würden Sie gerne mehr Fleisch aus ökologischem Landbau kaufen?

1 ☐ ja

2 ☐ nein

9 ☐ weiß nicht

v31. Wenn ja: Was müsste sich verändern, damit Sie das leichter realisieren können?

v32. Wie erledigen Sie in der Regel größere Lebensmitteleinkäufe?

INT.: Nur eine Nennung zulässig!

1 ☐ zu Fuß

4 ☐ mit dem Auto

2 ☐ mit dem Fahrrad

5 ☐ mit dem Motorrad/Moped/Mofa

3 ☐ mit öffentlichen Verkehrsmitteln

v33. Wie weit ist der einfache Weg von Ihrer Wohnung, in dem Sie in der Regel Ihre größeren Haushaltseinkäufe erledigen? Können Sie mir eine Schätzung der Entfernung geben?

|__|__| km |__|__| 0 | m

v34. Mit welchem Verkehrsmittel kaufen Sie Getränke ein?

INT.: Nur eine Nennung zulässig!

- 1 ☐ zu Fuß
- 2 ☐ mit dem Fahrrad
- 3 ☐ mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- 4 ☐ mit dem Auto
- 5 ☐ mit dem Motorrad/Moped/Mofa
- 6 ☐ kaufe keine Getränke

v35. Nutzen Sie Bestell- und Lieferservice?

	Regelmäßig	Punktuell	Nie	möglicherweise Interesse
	1	2	3	4
Getränke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiefkühlkost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lebensmittelbestellung per Telefon oder Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gemüseabonnement (INT.: Regelmäßige Lieferung von ökologisch erzeugten Gemüsepaketen aus dem Umland von den Landwirten nach Saison zusammengestellt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pizzaservice o.ä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versandhäuser (non-food)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Welcher Lieferservice wäre für Sie möglicherweise attraktiv?

INT.: In der rechten Spalte ankreuzen!

v36. Jetzt habe ich noch Fragen zu einzelnen alltäglichen Handlungen.

INT.: Kategorien vorlegen!

	immer	häufig	selten	nie	kann ich nicht beantworten
[Code]	1	2	3	4	5
Ich benutze wiederaufladbare Batterien (Akkus).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe Getränke in Dosen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich sammle Bio-Abfall.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe Früchte und Gemüse der Jahreszeit entsprechend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich besorge mir Bücher, Informationsschriften oder andere Materialien, die sich mit Umweltfragen befassen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe Artikel, zu denen es eine Nachfüllpackung gibt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kaufe Getränke in Pfandflaschen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich benutze Energiesparlampen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich verwende/kaufe verbrauchsarme Haushaltsgeräte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich schalte Stand-By-Geräte ganz aus oder ziehe den Netzstecker.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

v37. Gibt es noch andere Bereiche, in denen Sie im Alltag besonders auf Umweltaspekte achten? Welche?

- v38. Ich nenne Ihnen jetzt einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir zu der jeweiligen Aussage, in welchem Maße sie zustimmen oder nicht zustimmen.**

INT.: Grünes Kartenspiel mischen und aushändigen, Kategorien vorlegen!

Hier haben wir eine Reihe von Aussagen. Bitte sagen Sie mir für jedes Statement, in welchem Maße Sie zustimmen oder nicht zustimmen..						
		stimme voll und ganz zu	stimme weit- gehend zu	teils/ teils	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu
	[Code]	1	2	3	4	5
A	Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Für jemanden wie mich ist es schwierig, viel für die Umwelt zu tun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Wir sollten nicht mehr Ressourcen verbrauchen als nachwachsen können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Es sollte Gerechtigkeit zwischen den Generationen bestehen, wir sollten die Umwelt nicht auf Kosten der nachkommenden Generation ausplündern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	Nach meiner Einschätzung wird das Umweltproblem in seiner Bedeutung von vielen Umweltschützern stark übertrieben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FRAGEN ZUM INTERESSE AN DER IM RAHMEN DES PROJEKTES ANGEBOTENEN UMWELTBERATUNG

- v39.** Im Rahmen des Projektes bieten wir die Möglichkeit von Umweltberatungen vor Ort an. Haben Sie Interesse an einer Beratung?

1 ☐ ja 2 ☐ nein 3 ☐ vielleicht

- v40.** Geplant ist ein Angebot für Umweltberatungen zum Energiesparen und zum Thema Alltagskonsum? Gibt es darüber hinaus Themen an denen Sie ein besonderes Interesse haben?

S 1. Wie lange wohnen Sie schon in dieser Wohnung?

INT.: Zahl der Jahre eintragen -Monate ggf. als Nachkommastelle

seitJahr(en)

S 2. Wie viele Zimmer hat Ihre Wohnung?

- 1 ☐ ein Zimmer KDB
- 2 ☐ 1 1/2 bis zwei Zimmer KDB
- 3 ☐ 2 1/2 bis drei Zimmer KDB
- 4 ☐ 3 1/2 bis vier Zimmer KDB
- 5 ☐ 4 1/2 bis fünf Zimmer KDB
- 6 ☐ mehr als fünf Zimmer KDB

S 3. Wie groß ist Ihre Wohnung?

|_|_|_| Quadratmeter

S 4. Welchen Familienstand haben Sie?

- 1 ☐ verheiratet
- 2 ☐ ledig
- 3 ☐ geschieden
- 4 ☐ verwitwet

S5. Leben Sie mit Ihrem Lebenspartner oder Ihrer Lebenspartnerin zusammen in dieser Wohnung?

- 1 ☐ ja
- 2 ☐ nein

S 6. Leben Sie mit anderen Erwachsenen als Ihrem Partner oder Ihrer Partnerin in einer Wohnung?

- 1 ☐ ja
- 2 ☐ nein

S 7. Haben Sie Kinder, und wenn ja, wie viele?

INT.: Bitte die Anzahl der Kinder notieren; „00“ eintragen, falls keine Kinder!

|_|_|_|_| Kinder

S 8. Leben in Ihrem Haushalt Kinder unter 18 Jahren, und wie alt sind diese?

INT: Kinder unter 18 Jahren im Haushalt: Wie alt sind diese Kinder? Bitte alle genannten Personen eintragen. Eine Altersangabe pro Person in Jahren pro Kästchen.

[.....] [.....] [.....] [.....] [.....] [.....]

S 9. Fragen zu Personen im Haushalt

1. Person im Haushalt (das ist die/der Befragte/r)	2. Erwachsene Person im Haushalt
1 <input type="checkbox"/> männlich 2 <input type="checkbox"/> weiblich	1 <input type="checkbox"/> männlich 2 <input type="checkbox"/> weiblich
Sagen Sie mir bitte, in welchem Jahr Sie geboren sind. INT.: Bitte die Jahreszahl notieren! 19 __ __	Sagen Sie mir bitte, in welchem Jahr diese Person geboren ist. INT.: Bitte die Jahreszahl notieren! 19 __ __
Welchen höchsten Schulabschluss oder Hochschulabschluss haben Sie? Bitte sehen Sie die Liste durch und sagen mir die für Sie zutreffende Kennziffer. INT.: Bitte LISTE A vorlegen; nur <u>eine</u> Nennung möglich! 1 <input type="checkbox"/> bin noch Schüler/Schülerin 2 <input type="checkbox"/> Schule beendet ohne Abschluss 3 <input type="checkbox"/> Volks-/Hauptschulabschluss 4 <input type="checkbox"/> Mittlere Reife, Realschulabschluss 5 <input type="checkbox"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse 6 <input type="checkbox"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 10. Klasse 7 <input type="checkbox"/> Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule etc.) 8 <input type="checkbox"/> Abitur (Hochschulreife) bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse 9 <input type="checkbox"/> Fachhochschulabschluss 10 <input type="checkbox"/> Universitätsabschluss, Hochschulabschluss 11 <input type="checkbox"/> anderer Schulabschluss	Welchen höchsten Schulabschluss oder Hochschulabschluss hat die 2. Person? Bitte sehen Sie die Liste durch und sagen mir die für Sie zutreffende Kennziffer. INT.: Bitte LISTE A vorlegen; nur <u>eine</u> Nennung möglich! 1 <input type="checkbox"/> bin noch Schüler/Schülerin 2 <input type="checkbox"/> Schule beendet ohne Abschluss 3 <input type="checkbox"/> Volks-/Hauptschulabschluss 4 <input type="checkbox"/> Mittlere Reife, Realschulabschluss 5 <input type="checkbox"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse 6 <input type="checkbox"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 10. Klasse 7 <input type="checkbox"/> Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule etc.) 8 <input type="checkbox"/> Abitur (Hochschulreife) bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse 9 <input type="checkbox"/> Fachhochschulabschluss 10 <input type="checkbox"/> Universitätsabschluss, Hochschulabschluss 11 <input type="checkbox"/> anderer Schulabschluss

Was Ihre derzeitige Situation anbelangt, was von dieser Liste trifft auf Sie zu? Bitte sagen Sie mir die für Sie zutreffende Kennziffer.

INT.: Bitte LISTE B vorlegen!

- | | | |
|----|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | vollzeit erwerbstätig (mind. 35 Std. pro Woche) |
| 2 | <input type="checkbox"/> | teilzeit erwerbstätig (mind. 15 Std. pro Woche) |
| 3 | <input type="checkbox"/> | stundenweise erwerbstätig (weniger als 15 Std. pro Woche) |
| 4 | <input type="checkbox"/> | SchülerIn, StudentIn |
| 5 | <input type="checkbox"/> | in beruflicher Ausbildung/Lehre |
| 6 | <input type="checkbox"/> | zur Zeit arbeitslos |
| 7 | <input type="checkbox"/> | in Umschulung bzw. Umschulungsmaßnahme |
| 8 | <input type="checkbox"/> | RentnerIn/PensionärIn |
| 9 | <input type="checkbox"/> | Hausfrau/Hausmann |
| 10 | <input type="checkbox"/> | Wehr-/Zivildienstleistender |
| 11 | <input type="checkbox"/> | Mutterschutz |
| 12 | <input type="checkbox"/> | Elternzeit/Erziehungsurlaub |
| 13 | <input type="checkbox"/> | aus anderen Gründen nicht vollzeit oder teilzeit erwerbstätig |

Was die Situation der **2. Person** anbelangt, was von dieser Liste trifft auf diese zu? Bitte sagen Sie mir die für Sie zutreffende Kennziffer.

INT.: Bitte LISTE B vorlegen!

- | | | |
|----|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | vollzeit erwerbstätig (mind. 35 Std. pro Woche) |
| 2 | <input type="checkbox"/> | teilzeit erwerbstätig (mind. 15 Std. pro Woche) |
| 3 | <input type="checkbox"/> | stundenweise erwerbstätig (weniger als 15 Std. pro Woche) |
| 4 | <input type="checkbox"/> | SchülerIn, StudentIn |
| 5 | <input type="checkbox"/> | in beruflicher Ausbildung/Lehre |
| 6 | <input type="checkbox"/> | zur Zeit arbeitslos |
| 7 | <input type="checkbox"/> | in Umschulung bzw. Umschulungsmaßnahme |
| 8 | <input type="checkbox"/> | RentnerIn/PensionärIn |
| 9 | <input type="checkbox"/> | Hausfrau/Hausmann |
| 10 | <input type="checkbox"/> | Wehr-/Zivildienstleistender |
| 11 | <input type="checkbox"/> | Mutterschutz |
| 12 | <input type="checkbox"/> | Elternzeit/Erziehungsurlaub |
| 13 | <input type="checkbox"/> | aus anderen Gründen nicht vollzeit oder teilzeit erwerbstätig |

Bitte ordnen Sie Ihre berufliche Stellung nach dieser Liste ein. Welche Kennziffer trifft auf Sie zu?

INT.: Bitte LISTE C vorlegen!

Angestellte außerhalb öffentlicher Verwaltung

- 1 ☐ ausführende Angestellte (z.B. Verkäufer, FA für Schreibtechnik)
- 2 ☐ qualifizierte Angestellte (z.B. Hauptsachbearbeiter, Sachbearbeiter, Buchhalter, Fachgebietsverantwortliche)
- 3 ☐ leitende Angestellte mittlerer und höherer Leitungsebenen

Arbeiter außerhalb öffentlicher Verwaltung

- 4 ☐ ungelernte, angelernte und Teilfacharbeiter
- 5 ☐ Facharbeiter mit abgeschlossener Lehre
- 6 ☐ Meister / qualifizierte Facharbeiter

Selbständige / Freie Berufe / Landwirte

- 7 ☐ Selbständige (z.B. Einzelhändler mit Geschäft, Handwerker, Unternehmer)
- 8 ☐ freiberufliche Tätigkeit
- 9 ☐ selbständige Landwirte

Arbeiter und Angestellte in öffentlicher Verwaltung / Beamte

- 10 ☐ Arbeiter in der öffentlichen Verwaltung
- 11 ☐ ausführende Angestellte öffentlicher Verwaltungen / Beamte im einfachen Dienst
- 12 ☐ qualifizierte Angestellte öffentlicher Verwaltungen / Beamte im mittleren Dienst
- 13 ☐ öffentlich Angestellte mit Leitungsaufgaben mittlerer und höherer Ebene / Beamte im gehobenen und im höheren Dienst

Welche Staatsbürgerschaft haben Sie?

1 ☐ deutsch

2 ☐ andere, und

zwar: _____

Bitte ordnen Sie die berufliche Stellung der **2. Person** nach dieser Liste ein. Welche Kennziffer trifft zu?

Angestellte außerhalb öffentlicher Verwaltung

- 1 ☐ ausführende Angestellte (z.B. Verkäufer, FA für Schreibtechnik)
- 2 ☐ qualifizierte Angestellte (z.B. Hauptsachbearbeiter, Sachbearbeiter, Buchhalter, Fachgebietsverantwortliche)
- 3 ☐ leitende Angestellte mittlerer und höherer Leitungsebenen

Arbeiter außerhalb öffentlicher Verwaltung

- 4 ☐ ungelernte, angelernte und Teilfacharbeiter
- 5 ☐ Facharbeiter mit abgeschlossener Lehre
- 6 ☐ Meister / qualifizierte Facharbeiter

Selbständige / Freie Berufe / Landwirte

- 7 ☐ Selbständige (z.B. Einzelhändler mit Geschäft, Handwerker, Unternehmer)
- 8 ☐ freiberufliche Tätigkeit
- 9 ☐ selbständige Landwirte

Arbeiter und Angestellte in öffentlicher Verwaltung / Beamte

- 10 ☐ Arbeiter in der öffentlichen Verwaltung
- 11 ☐ ausführende Angestellte öffentlicher Verwaltungen / Beamte im einfachen Dienst
- 12 ☐ qualifizierte Angestellte öffentlicher Verwaltungen / Beamte im mittleren Dienst
- 13 ☐ öffentlich Angestellte mit Leitungsaufgaben mittlerer und höherer Ebene / Beamte im gehobenen und im höheren Dienst

Welche Staatsbürgerschaft hat die 2. Person im Haushalt?

1 ☐ deutsch

2 ☐ andere, und

zwar: _____

Stammen Sie aus einem anderen Land als Deutschland? 2 <input type="radio"/> nein 1 <input type="radio"/> ja, und zwar _____	Stammt die 2. Person im Haushalt aus einem anderen Land als Deutschland? 2 <input type="radio"/> nein 1 <input type="radio"/> ja, und zwar _____
---	--

S 10. Wie hoch ist Ihr monatliches Netto-Haushaltseinkommen? Ich meine dabei die Summe, die Ihrem Haushalt nach Abzug der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge verbleibt. Nennen Sie mir bitte die entsprechende Ziffer auf der Liste.

INT.: Bitte *LISTE D* vorlegen;

nur eine Nennung möglich!

- | | | | |
|----|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | bis unter 1 000 DM | (500 Euro) |
| 2 | <input type="checkbox"/> | 1 000 bis unter 1 500 DM | (500 bis unter 750 Euro) |
| 3 | <input type="checkbox"/> | 1 500 bis unter 2 000 DM | (750 bis unter 1.000 Euro) |
| 4 | <input type="checkbox"/> | 2 000 bis unter 2 500 DM | (1.000 bis unter 1.250 Euro) |
| 5 | <input type="checkbox"/> | 2.500 bis unter 3.000 DM | (1.250 bis unter 1.500 Euro) |
| 6 | <input type="checkbox"/> | 3 000 bis unter 3 500 DM | (1.500 bis unter 1.750 Euro) |
| 7 | <input type="checkbox"/> | 3 500 bis unter 4 000 DM | (1.750 bis unter 2.000 Euro) |
| 8 | <input type="checkbox"/> | 4 000 bis unter 4 500 DM | (2.000 bis unter 2.250 Euro) |
| 9 | <input type="checkbox"/> | 4 500 bis unter 5 000 DM | (2.250 bis unter 2.500 Euro) |
| 10 | <input type="checkbox"/> | 5 000 bis unter 5 500 DM | (2.500 bis unter 2.750 Euro) |
| 11 | <input type="checkbox"/> | 5 500 bis unter 6 000 DM | (2.750 bis unter 3.000 Euro) |
| 12 | <input type="checkbox"/> | 6 000 und mehr DM | (3.000 und mehr Euro) |
| 13 | <input type="checkbox"/> | Angabe verweigert | |

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme am Interview!

Fragebogen

für die Bewohnerinnen und Bewohner der „Bremer Höhe“

Bitte nehmen Sie sich etwas Zeit, um die folgenden Fragen zu neuen Angeboten in der Bremer Höhe zu beantworten. Das Ausfüllen des Fragebogens dauert etwa 20 Minuten. Manche Fragen treffen nur auf einen bestimmten Personenkreis zu (z.B. die Mitglieder der Verleihbörse). In solchen Fällen ist jeweils mit einem Pfeil angegeben, welches die nächste Frage ist, die für Sie von Bedeutung ist. Senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bitte mit dem beiliegenden Rückumschlag an uns zurück.

I Fragen zur Nutzung der Verleihbörse

In der Bremer Höhe gibt es seit letzten Herbst die Verleihbörse, innerhalb derer die Mitglieder sich Gegenstände gegenseitig zum Verleih anbieten. Wir möchten mit dieser Befragung ermitteln, wie und wofür die Verleihbörse genutzt wird und was Ihre Meinung über die Verleihbörse ist.

1. Ist Ihnen die Verleihbörse bekannt?

- ☐ ja —————→ **weiter mit Frage Nr. 2**
☐ nein —————→ **weiter mit Frage Nr. 15**

2. Wie haben Sie von der Verleihbörse erfahren?

(Sie können mehrere Antworten ankreuzen)

- ☐ Aushang im Hausflur
☐ Mitteilungsblatt der Bremer Höhe
☐ Gespräch mit anderen Bewohnern der Bremer Höhe
☐ Information durch das TU-Projekt
☐ Infowand in der Verwaltung der Bremer Höhe
☐ _____

**3. Wir möchten gerne ihre Meinung zur Verleihbörse erfahren.
Bitte kreuzen Sie an, wie wichtig Ihnen die jeweiligen Punkte
sind.**

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	weiß nicht
Durch die Verleihbörse besteht die Möglichkeit Dinge zu nutzen, die ich mir sonst nicht leisten könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Leihgebühr wird die Anschaffung hochwertiger Dinge für mich rentabler.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Verleihbörse fördert die Nachbarschaftlichkeit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Verleihbörse besteht die Möglichkeit mehr Kontakt zu anderen Bewohnern der Bremer Höhe zu bekommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Verleihbörse schont die Umwelt, weil so Gegenstände genutzt werden können, ohne dass man sie sich kaufen muss.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es können Dinge genutzt werden, ohne dass sie Platz in der eigenen Wohnung beanspruchen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Verleihbörse ist ein Projekt, das zeigt, dass die Bremer Höhe eine lebendige Genossenschaft ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Über die Verleihbörse kann ich Dinge benutzen, die ich nur selten brauche ohne sie mir zu kaufen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Was finden Sie an der Verleihbörse sonst noch gut?

5. Was finden Sie an der Verleihbörse nicht so gut?

6. Sind Sie Mitglied der Verleihbörse?

- ☐ ja \longrightarrow weiter mit Frage Nr. 7
☐ nein \longrightarrow weiter mit Frage Nr. 15

7. Haben Sie sich schon etwas von anderen Mitgliedern der Verleihbörse geliehen?

- ☐ nein
☐ ja, und zwar:

Häufig- keit	Gegenstand	Häufig- keit	Gegenstand
Mal		Mal	
Mal		Mal	
Mal		Mal	

8. Wie hat es geklappt?

- ☐ problemlos
- ☐ Es gab Probleme, und zwar:

9. Haben Sie bereits Gegenstände an andere Mitglieder der Verleihbörse verliehen?

- ☐ nein
- ☐ ja, und zwar

Häufigkeit	Gegenstand	Häufigkeit	Gegenstand
Mal		Mal	
Mal		Mal	
Mal		Mal	

10. Wie hat es geklappt?

- ☐ problemlos
- ☐ Es gab Probleme, und zwar:

11. Haben Sie dabei den Mustervertrag benutzt?

- ☐ immer
- ☐ manchmal
- ☐ nie

12. Hat die Ausleihmöglichkeit dazu geführt, dass Sie sich einen Gegenstand nicht privat angeschafft haben?

- ☐ nein
 - ☐ ja, und zwar:
-
-

13. Um abschätzen zu können, welche Bedeutung die Angebote der Verleihbörse im Vergleich zu anderen Leihmöglichkeiten haben, möchten wir gerne von Ihnen wissen, ob Sie sich außerhalb der Verleihbörse Gegenstände von anderen ausleihen. Bitte geben Sie an, von wem Sie sich hin und wieder etwas ausleihen – und was Sie sich ausleihen.

Ich leihe mir von	Gegenstand/ Gegenstände
<input type="radio"/> Familienangehörigen	<hr/>
<input type="radio"/> Freunden/ Bekannten	<hr/>
<input type="radio"/> kommerziellen Anbietern (z.B. Videothek, Autovermietung o.ä.)	<hr/>
<input type="radio"/> Nachbarn	<hr/>
<input type="radio"/>	<hr/>
<input type="radio"/> Ich leihe mir keine Sachen aus.	

14. Verleihen Sie – außerhalb der Verleihbörse – Gegenstände an andere? Bitte kreuzen Sie an, wem Sie hin und wieder etwas leihen. Schreiben Sie bitte dazu, welche Gegenstände Sie den jeweiligen Personen leihen.

Ich verleihe an	Gegenstand/ Gegenstände
<input type="radio"/> Familienangehörige	_____
<input type="radio"/> Freunde/ Bekannte	_____
<input type="radio"/> Nachbarn	_____
<input type="radio"/> _____	_____
 <input type="radio"/> Ich verleihe keine Sachen.	

—————→ Bitte alle weiter mit Frage 16!

15. Was sind Ihre Gründe, nicht an der Verleihbörse teilzunehmen? Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile die für Sie zutreffende Möglichkeit an.

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu
Ich habe von der Verleihbörse bisher noch nichts gewusst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin bisher noch nicht dazu gekommen, in die Verleihbörse einzutreten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es werden in der Verleihbörse nicht die Gegenstände angeboten, die ich benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der organisatorische Aufwand ist mir zu hoch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich leihe mir grundsätzlich keine Dinge von anderen aus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich verleihe grundsätzlich meine Sachen nicht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte mir keine Sachen von Leuten ausleihen, die ich nicht oder kaum kenne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte meine Sachen nicht an Leute verleihen, die ich nicht oder kaum kenne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde eine gewisse Unverbindlichkeit in der Nachbarschaft angenehm. Durch die Verleihbörse würde ich mich zu stark verpflichtet fühlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Gründe:				

II Fragen zum Car-Sharing

Die Bremer Höhe plant ein Car-Sharing-Angebot in Kooperation mit der StattAuto Car-Sharing AG. Es ist folgendes vorgesehen: StattAuto würde den Bewohnern der Bremer Höhe vergünstigte Tarife gewähren, wenn die Bremer Höhe Stellplätze zur Verfügung stellt. Entsprechende Stellplätze müssen beim Tiefbauamt angemietet werden. Es ist vorgesehen, dass die Kosten für die Miete der Stellplätze über eine Kostenbeteiligung von den Car-Sharing-Nutzern finanziert werden sollen, wobei das Car-Sharing für Bewohner der Bremer Höhe insgesamt günstiger sein soll als die normalen StattAuto-Tarife.

16. Würden Sie ein solches Car-Sharing-Angebot in der Bremer Höhe nutzen wollen?

- ☐ ja, sicherlich
 - ☐ wahrscheinlich
 - ☐ vielleicht
 - ☐ nein
 - ☐ Falls Sie zu dieser Frage Anmerkungen haben:
-

17. Nutzen Sie bereits Car-Sharing?

- ☐ nein
 - ☐ ja, ich bin Mitglied bei StattAuto
 - ☐ Ich teile mir privat ein Auto mit einem oder mehreren Menschen, mit denen ich nicht zusammen lebe.
 - ☐ Anderes und zwar:
-

18. Verfügen Sie in Ihrem Haushalt über einen PKW?

- ☐ ja
- ☐ nein

19. Haben Sie einen Führerschein?

- ☐ ja
- ☐ nein

III Zur Lieferung von Lebensmitteln aus ökologischem Anbau

Der Betrieb XXX bietet für Bewohner der Bremer Höhe vergünstigte Lieferbedingungen an. (Im aktuellen Mitteilungsblatt wird darüber berichtet.)

20. Ist Ihnen dieses Angebot bekannt?

- ☐ ja
- ☐ nein

21. Kennen oder kannten Sie unabhängig davon das System der Gemüseabonnements?

- ☐ ja
- ☐ nein

22. Haben Sie vor bei XXX zu bestellen?

- ☐ Ich habe bereits bestellt.
- ☐ Ich werde sicherlich bestellen.
- ☐ Ich werde wahrscheinlich bestellen.
- ☐ Ich werde vielleicht bestellen.
- ☐ Ich werde nicht bestellen.

23. Nutzen Sie in anderer Form ein Gemüseabonnement oder einen Lieferdienst für ökologische Lebensmittel?

- ☐ nein
- ☐ ja, und zwar:

IV Zur Planung eines neuen Angebots von wohnortnahen Dienstleistungen (Concierge-Dienst)

In Verbindung mit der Vermietung der sanierten Gewerberäume sollen in der Bremer Höhe wohnortnahe Dienstleistungen angeboten werden. (Ausführlichere Informationen dazu finden sich im aktuellen Mitteilungsblatt.) Für die weitere Konzeption des Angebotes ist für die Bremer Höhe von Interesse, welche Angebote für Sie unmittelbar vor Ort wichtig wären.

- 24. Bitte geben Sie an, welche Art von Dienstleistungen Sie oder Ihre Familienangehörigen – auch gegen Bezahlung – möglicherweise nutzen würden. Schreiben Sie wenn möglich jeweils dazu, welche konkreten Dienstleistungsangebote für Sie besonders interessant sind.**

habe kein In- teresse	habe In- teresse	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Haushaltsbezogene Dienstleistungen (z.B. Wohnungsreinigung, Fensterputzen, Waschen, Bügeln, Ausbessern von Textilien, Gardinen abnehmen usw.) <i>Besonders interessiert mich:</i> _____
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wohnungsbezogene Dienstleistungen (z.B. kleinere Reparaturarbeiten, Renovierungen usw.) <i>Besonders interessiert mich:</i> _____
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lieferdienste (z.B. Getränkelieferungen, Brötchen, Einkaufsdienste, Essenslieferung, Heimtierbedarf usw.) <i>Besonders interessiert mich:</i> _____

habe kein In- teresse	habe In- teresse	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schreib- und Begleitservice (z.B. Unterstützung beim Ausfüllen von Formularen; Verfassen von Schreiben; Begleitung bei Behörden-gängen usw.) <i>Besonders interessiert mich:</i> _____
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Gemeinschaftsbezogene Angebote (z.B. Organisation gemeinsamer Mittagessen, Organisation von Freizeitangeboten wie Spieleabende oder Ausflüge usw.) <i>Besonders interessiert mich:</i> _____
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sonstiges, und zwar _____

V. Angaben zur Person

Zuletzt möchten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person bitten.

25. In welchem Jahr sind Sie geboren?

19 _____

26. Welches Geschlecht haben sie?

☐ männlich

☐ weiblich

27. Wie viele Personen leben insgesamt, also Sie eingeschlossen, in ihrem Haushalt?

_____ Erwachsene

_____ Kinder

- 28. Wie würden Sie Ihre Haushaltsform charakterisieren?**
- ☐ Einzelpersonenhaushalt
 - ☐ Paarhaushalt, die Kinder sind bereits ausgezogen
 - ☐ Paarhaushalt, ohne Kinder
 - ☐ Wohngemeinschaft
 - ☐ Familie mit mindestens einem Kind bis 6 Jahren
 - ☐ Familie, in der alle Kinder älter als 6 Jahre alt sind
 - ☐ Allein erziehender Elternteil mit Kind(ern)
 - ☐ _____
- 29. Gibt es in Ihrem Haushalt eine Person, die hauptsächlich für die Hausarbeit zuständig ist?**
- ☐ ja, und zwar _____
 - ☐ nein
- 30. Wie hoch ist Ihr monatliches Netto-Haushaltseinkommen? Gemeint ist dabei die Summe, die Ihrem Haushalt nach Abzug der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge verbleibt.**
- ☐ unter 750 Euro
 - ☐ 750 bis unter 1.000 Euro
 - ☐ 1.000 bis unter 2.000 Euro
 - ☐ 2.000 bis unter 3.000 Euro
 - ☐ mehr als 3.000 Euro

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Fragebogen


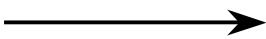
für die Bewohnerinnen des Wohnprojektes „Offensives Altern“

Bitte nehmen Sie sich etwa 10 Minuten Zeit, um die folgenden Fragen zu den Angeboten im Wohnprojekt „Offensives Altern“ zu beantworten. Manche Fragen treffen nur auf einen bestimmten Personenkreis zu, in solchen Fällen ist jeweils an einem Pfeil angegeben, welches die nächste Frage ist, die für Sie von Bedeutung ist. Senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bitte mit dem beiliegenden Rückumschlag bis zum 6. Juli an uns zurück.


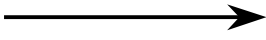
I Fragen zur Beteiligung am Lieferdienst vom Biobauern

Der Lieferdienst (im Folgenden „Biobauer“ genannt) bietet den Bewohnerinnen im „Offensiven Altern“ wöchentlich die Möglichkeit zur Bestellung und Belieferung mit verschiedenen ökologischen Lebensmitteln an.

1. Kennen Sie die Angebote des Biobauern?

- ☐ Ja  **weiter mit Frage Nr. 2**
- ☐ Nein  **weiter mit Frage Nr. 9**

2. Bestellen Sie Lebensmittel beim Biobauern?

- ☐ Ja  **weiter mit Frage Nr. 3**
- ☐ Nein  **weiter mit Frage Nr. 9**

3. Wie oft kaufen Sie für gewöhnlich beim Biobauern?

- ☐ Ich bestelle wöchentlich
- ☐ Ich bestelle etwa alle 14 Tage
- ☐ Ich bestelle etwa 1 Mal im Monat
- ☐ Ich bestelle nur selten etwas (mehrmals im Jahr)

4. Seit wann bestellen Sie beim Biobauern?

_____ / _____ (Monat / Jahr)

5. Der Biobauer bietet verschiedene Möglichkeiten an, Produkte bei ihm zu beziehen. Bitte geben Sie an, wie Sie Ihre Bestellungen in der Regel organisieren.

- ☐ Abonnement (z.B. Gemüseabo und / oder festgelegte regelmäßige Bestellung von anderen Produkten)
- ☐ Bei jeder Bestellung Auswahl der gewünschten Produkte
- ☐ Abonnement und unterschiedliche Zusatzbestellungen

6. Was sind Ihre Gründe beim Biobauern einzukaufen? Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile die zutreffende Möglichkeit an.

	Trifft voll zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu
Ich möchte Einkaufswege sparen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte Lebensmittel direkt vom Erzeuger beziehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte den ökologischen Landbau in Brandenburg unterstützen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte aus gesundheitlichen Gründen Lebensmittel aus ökologischem Landbau essen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die nächsten Einkaufsmöglichkeiten für Ökoprodukte sind mir zu weit entfernt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte Ökoprodukte preisgünstig einkaufen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für mich ist die Lieferung der Produkte ins Haus aus praktischen Gründen sehr wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ökoprodukte schmecken mir besser als andere Produkte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kaufe wegen meiner Kinder Ökoprodukte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Gründe:				

7. Welche Produkte kaufen Sie beim Biobauern? Bitte geben Sie an, welchen Anteil die bestellten Produkte an Ihrem gesamten Bedarf haben!

	Alles was ich brauche	Den überwie- genden Teil	Ungefähr die Hälfte	Lediglich einen kleinen Teil	Nur in Ausnah- mefällen
Obst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gemüse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Milchprodukte, Käse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Alles was ich brauche	Den überwie- genden Teil	Ungefähr die Hälfte	Lediglich einen kleinen Teil	Nur in Ausnah- mefällen
Getränke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Getreideprodukte, Brot, Nudeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brotaufstriche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Öl, Essig usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaffee, Tee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Putz- und Waschmittel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anderes, und zwar:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Wenn es das Angebot des Lieferdienstes vom Biobauern nicht gäbe, woher würden Sie dann diese Produkte beziehen?



Bitte weiter mit Frage 10 !

9. Was sind Ihre Gründe nicht beim Biobauern einzukaufen? Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile die zutreffende Möglichkeit an.

	Trifft voll zu	Trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu
Der Biobauer bietet nicht die Produkte an, die ich haben möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kaufe auch sonst keine ökologisch erzeugten Produkte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die angebotenen Produkte sind mir zu teuer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte die Produkte die ich kaufe, vor dem Kauf selbst begutachten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich halte nichts von Ökoprodukten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Gründe, und zwar:				





Ab hier richten sich die Fragen wieder an alle!

II Fragen zur Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel


Seit einigen Monaten gibt es die Möglichkeit sich der Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel im Ibisweg anzuschließen.


10. Kennen Sie dieses Angebot?

☐ Ja  **weiter mit Frage Nr. 11**

☐ Nein  **weiter mit Frage Nr. 14**

11. Beteiligen Sie sich an dieser Bestellgemeinschaft für ökologische Lebensmittel?

☐ Ja  **weiter mit Frage Nr. 11**

☐ Nein  **weiter mit Frage Nr. 14**

12. Wie oft haben Sie sich bereits an einer Sammelbestellung beteiligt?

_____ Mal

13. Wie hat es geklappt? _____

III Fragen zum gemeinschaftlichen Kochen

Eine Form gemeinschaftlicher Organisation des Alltags ist das gemeinsame Kochen und Essen mit Menschen, die nicht im selben Haushalt leben. Dazu haben wir folgende Fragen:

14. Kochen und essen Sie regelmäßig gemeinsam mit anderen Hausbewohnerinnen?

- ☐ Ja, einmal oder öfter pro Woche
- ☐ Ja, seltener als einmal pro Woche
- ☐ Ich habe mich früher an einer solchen Gruppe beteiligt
- ☐ Nein, ich habe noch nicht regelmäßig mit anderen aus dem Wohnprojekt gekocht und gegessen

15. Wenn Sie regelmäßig mit anderen gemeinsam essen, wieviele Menschen sind in der Regel an Ihrer Tischgemeinschaft beteiligt?

etwa _____ Erwachsene und etwa _____ Kinder

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

THEMENFELDER FÜR DIE INTERVIEWS ZUR VERLEIHBÖRSE MIT BEWOHNERINNEN DER „BREMER HÖHE“ (VERLEIHBÖRSENMITGLIEDER UND NICHT-VERLEIHBÖRSENMITGLIEDER)

Fragen für Verleihbörsenmitglieder	Fragen für Nicht-Verleihbörsenmitglieder
Einstieg: Ziele des Interviews erläutern – Es sollen die verschiedenen Maßnahmen untersucht werden, die durch die Kooperation entstanden sind, also vor allem Verleihbörse und Gemüseabo. Zuerst Verleihbörse. Verleihbörse gibt es nun ca. 1 Jahr und nun soll untersucht werden, wie ist sie umgesetzt, wer fühlt sich dadurch angesprochen oder nicht angesprochen und welche Auswirkungen mit der Verleihbörse verbunden sind.	
THEMA: EINTRITT IN DIE VERLEIHBÖRSE WER WIRD VON DER VERLEIHBÖRSE ERREICHT? WAS SIND DIE GRÜNDE EINZUTRETEN BZW. NICHT EINZUTRETEN?	
<p>Sie sind Mitglied der Verleihbörse. Wenn Sie sich zurückerinnern, wie war es als sie in die Verleihbörse eingetreten sind? Wie haben Sie davon erfahren? Wie lief die Entscheidung ab?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Aspekte der Verleihbörse sind für Sie besonders wichtig? • Gibt es etwas, was Sie stört? (Wenn nix kommt eventuell Fragen nach: Aspekte der Organisation? Gebühren? Dass man etwas anbieten muss, um leihen zu können?) <p>Zum Eintreten in die Verleihbörse muss der Erfassungsbogen ausgefüllt werden. Wie war das Ausfüllen des Erfassungsbogens für Sie? (Frage zielt eigentlich auf Aufwand ab, passt hier aber vermutlich am Besten in den Gesprächsfaden)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie lief die Auswahl der angebotenen Gegenstände? Nach welchen Kriterien? 	<p>Zuerst einmal die Frage: Kennen Sie die Verleihbörse? Was wissen Sie darüber, was würden Sie gerne genauer wissen?</p> <p>Was halten Sie von der Verleihbörse?</p> <p>Kommt eine Teilnahme für Sie in Frage?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn ja: Was hat Sie bisher davon abgehalten? • Wenn nein: Warum nicht? <p>(Wenn die Leute Informationen möchten, können sie zugeschickt werden)</p>

THEMA: NUTZUNG DER VERLEIHBÖRSE

Haben Sie schon einmal etwas aus der Verleihbörse ausgeliehen?

Wenn nein, nach den Bedarfen nach Verleihmöglichkeiten im Alltag fragen (nächstes Themenfeld)

Wenn ja:

Könnten Sie mir bitte schildern, wie das abgelaufen ist?

- Wie empfanden Sie den Aufwand?
- Hatten Sie dadurch einen finanziellen Vorteil gegenüber einer anderen Lösung? Hätten Sie den Gegenstand sonst gekauft?
- Fanden Sie etwas dabei besonders positiv? Hat Sie etwas gestört?
- Wurden Gebühren erhoben?
- Wodurch sind Sie in dieser Situation auf die Verleihbörse gekommen?

Haben Sie schon etwas an jemanden aus der Verleihbörse verliehen?

Wenn ja, wie ist das abgelaufen? Was war es?

Mögliche Überleitung zum Bedarf im Alltag: Leihen Sie sich auch auf anderem Wege Dinge aus, die Sie selbst nicht haben?

Nichtmitglieder:

- Warum ist die Verleihbörse keine Option für Sie, um einen Gegenstand, den sie brauchen nutzen zu können?

Überleitung zum Bedarf an Verleihmöglichkeiten → Besteht ein solcher Bedarf überhaupt?

THEMA: BEDARF AN VERLEIHANGEBOTEN IM ALLTAG/ BEDEUTUNG DER VERLEIHBÖRSE FÜR DEN ALLTAG

Wenn Sie an die letzten Monate oder vielleicht sogar an das letzte Jahr denken: Welche Situationen gab es, wo Sie einen Gegenstand gebraucht haben, den Sie nicht in Ihrem Haushalt haben oder hatten?

→ Wenn da erstmal nichts kommt, könnte die Interviewerin verschiedene Typen von Gegenständen nennen: Küchengeräte, Freizeitgegenstände (Grill oder Sportgeräte), Werkzeug, Ausstattung einer Feier, Foto- oder Videokram, Kinderspielzeug, Transportmittel oder Autozubehör (Kindersitze oder Dachträger)

Was haben Sie dann gemacht?

Ggf. nachfragen, welche Wege bei einem Verleihvorgang zurückgelegt werden mussten.

Wenn Gegenstände nicht über die Verleihbörse ausgeliehen wurden:

- Warum haben Sie die Gegenstände nicht über die Verleihbörse ausgeliehen?
Wenn sie nicht eingefallen ist: Haben Sie eine Idee, woran das liegen könnte, dass Ihnen (und wahrscheinlich auch anderen) in so einer Situation die Verleihbörse nicht einfällt?

THEMA: KOMMUNIKATIONSWEGE UND KOMMUNIKATIONSAUFWAND

Wie bekommen Sie Informationen über die Verleihbörse, also die Verleihliste aber auch über stattfindende Treffen?

- Welche Rolle spielt der Computer dabei?
- Was unternehmen Sie selber, um sich auf dem Laufenden zu halten?
- Finden Sie Computer/ e-mail als Kommunikationsmittel innerhalb der Verleihbörse geeignet?
- Sind Sie zufrieden damit? Was könnte besser sein?

Sprechen Sie mit anderen BewohnerInnen der Bremer Höhe über die Verleihbörse?

- Bei welcher Gelegenheit? Was sind so die besprochenen Fragen?
- Wie groß ist Ihrer Meinung nach die Bedeutung von nachbarschaftlichen Gesprächen für die Verbreitung von Informationen in der Bremer Höhe? Wie ist das bei Ihnen selber? Sind solche Gespräche eine wichtige Informationsquelle für Sie?

Wie haben Sie von der Verleihbörse erfahren?

- Sprechen Sie mit anderen BewohnerInnen der Bremer Höhe über die Verleihbörse? Bei welcher Gelegenheit?

Wenn im vorherigen Abschnitt herauskam, dass Informationen fehlen:

Auf welche Weise würden Sie gerne die Informationen bekommen? (Aushang, Brief, Mitteilungsblatt,...)? Wie oft sollte das Ihrer Meinung nach sein?

THEMA: IMPLEMENTIERUNGSPROZESS

Eine Besonderheit der Verleihbörse ist, dass sie in einem Beteiligungsprozess mit BewohnerInnen der Bremer Höhe konzipiert und gestaltet wurde.

Frage an Nicht-Engagierte:

Haben Sie von den Beteiligungsmöglichkeiten gewusst? Wenn ja: Haben Sie sich davon angesprochen gefühlt? Wodurch oder Warum nicht? Haben Sie sich beteiligt?

Frage an Engagierte:

Was hat dich dazu animiert oder motiviert, dich an diesem Prozess zu beteiligen? Was hast Du für dich aus diesem Prozess gezogen? Hat es Spaß gemacht? Was war besonders wichtig? Wie siehst Du für dich das Verhältnis von Aufwand und Nutzen?

THEMA: ENGAGEMENT UND KONTAKTE IN DER VERLEIHBÖRSE

Beteiligen Sie sich aktuell an organisatorischen Aufgaben in der Verleihbörse oder haben Sie das schon einmal gemacht?

- Was war das? Wie fanden Sie das? Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?
- Gab es etwas an der Erfahrung, was Sie besonders positiv fanden? Hat Sie etwas gestört?

Alle drei Monate treffen sich die Verleihbörsenmitglieder im Café "en passant (Schachcafé). Ist Ihnen dieser Termin bekannt? Waren Sie schon einmal dort?

Haben Sie das Gefühl, sich mit Ihren Interessen in die Verleihbörse einbringen zu können, also auch in Bezug auf die Gestaltung + Organisation oder mögliche Erweiterungen?

Wie finden Sie diese Treffen?/ Wie finden Sie, dass es solche Treffen gibt?

Eventuell:

Alle drei Monate treffen sich die Verleihbörsenmitglieder im Café "en passant (Schachcafé). Dieses Treffen ist auch für interessierte BewohnerInnen der Bremer Höhe offen. Ist Ihnen dieser Termin bekannt? Waren Sie schon einmal dort?

Wie finden Sie diese Treffen?/ Wie finden Sie, dass es solche Treffen gibt?

<p>Haben sich für Sie durch die Verleihbörse neue persönliche Kontakte ergeben?</p> <p>Die Mitglieder der Verleihbörse gehören einer Altersgruppe an. Können Sie sich persönlich erklären, warum die Gruppe in dieser Hinsicht so homogen ist?</p> <p>Auf dem letzten Sommerfest kam ein Infostand der Verleihbörse nicht zustande, obwohl das ja eine gute Möglichkeit gewesen wäre neue Mitglieder zu gewinnen. Was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür? Hatten Sie sich selbst überlegt, sich an den Vorbereitungen zu beteiligen?</p>	
Abschlussfrage: Fällt Ihnen noch etwas ein, dass Ihnen in Bezug auf die Verleihbörse wichtig ist, das wir noch nicht besprochen haben?	

Frageleitfaden

für KundInnen von Gemüseabos in der Bremer Höhe

Seit letztem Sommer gibt es für die BewohnerInnen der Bremer Höhe das Angebot, Gemüseabonnements oder andere ökologische Lebensmittel zu vergünstigten Bedingungen zu beziehen, Sie haben sich für die Nutzung dieses Angebotes entschieden, uns interessieren welche möglichen Veränderungen das Abonnement für Sie und Ihre Ernährungsversorgung gebracht hat.

Beginn des Abonnements

- Seit wann nutzen Sie dieses Angebot?
- Wie haben Sie von diesem Angebot erfahren?(Waren Sie auf der Infoveranstaltung, die im Juni letzten Jahres stattgefunden hat?)
- Aus welchen Gründen haben Sie sich entschieden, AbonnentIn einer Gemüsekiste zu werden?
- Hatten die Sonderkonditionen der Anbieterin für BewohnerInnen der Bremer Höhe Einfluss auf Ihre Entscheidung AbonnentIn zu werden?
- Kannten Sie vor dem Angebot in der Bremer Höhe, Gemüseabonnements, kennen Sie andere Anbieter?
Haben Sie vorher schon einmal daran gedacht ein Gemüseabonnement zu bestellen?
Hatten Sie vorher bereits eine andere Gemüsekiste?

Bestellungen

- Welche Produkte beziehen Sie?
Obst, Gemüse (welche Menge, Preis der Kiste pro Woche),
Kräuter, Fleisch, Wurst, Eier, Milchprodukte, Brot, Naturkostwarensortiment
- Bekommen Sie regelmässig jede Woche eine Lieferung?
- Wie organisieren Sie Ihre Bestellung? (Kiste wird vom Betrieb zusammen gestellt mit vorher angegebenen Wünschen, Gemüse wird wöchentlich selbst zusammengestellt anhand der Liste im Internet),
Wie kommunizieren Sie mit dem Anbieter? (E-Mail, Telefon, Fax?)
- Gibt es Probleme mit der Belieferung der Gemüsekisten?
- Wie schätzen Sie die Preise für die in der Abokiste gelieferten Produkte ein?

Haushaltsorganisation

- Bitte erzählen Sie kurz, wie Ihre Haushaltsorganisation rund ums Essen im Moment aussieht.
Mit wie vielen Personen leben Sie in einem Haushalt? Wie viele Erwachsene und wie viele Kinder?
Wieviel (warme) Mahlzeiten werden im Haushalt eingenommen? Gibt es festverteilte Aufgaben und/oder Zeitpläne?

Zusätzliche Lebensmitteleinkäufe

- Kaufen Sie Gemüse zusätzlich zum Abo ein ?
- Wo kaufen Sie das zusätzliche Gemüse?
- Woher haben Sie, bevor Sie ein Abo hatten, Ihr Gemüse bekommen?
- Haben Sie auch damals ökologisch angebautes Gemüse bzw. andere ökologische Lebensmittel gekauft?
- Wo kaufen Sie ansonsten Ihre Lebensmittel?
- Gehen Sie gerne Lebensmittel einkaufen? Gibt oder gab es Probleme beim Einkauf, z.B. Transport, Zeit, organisatorische Probleme?
- Nutzen Sie in anderen Bereichen als dem Gemüseabonnement Lieferdienste oder andere Bestelldienste?

Veränderungen

- Als Sie mit dem Abonnement angefangen haben, hatten Sie da bestimmte Erwartungen? Inwieweit wurden Ihre Erwartungen erfüllt und was ist ganz anders geworden, als Sie sich das vorgestellt hatten?
- Hat sich durch das Abo rund ums Essen etwas verändert? Zubereitung der Mahlzeiten, Lebensmitteleinkauf, Rezepte, Zahl der selbst gekochten Mahlzeiten?
- Hat sich durch den Bezug des Abos Ihre Ernährung verändert? Verbrauchen Sie in bestimmten Produktgruppen mehr oder weniger als vor dem Gemüseabo?
- Glauben Sie, daß die Essensversorgung (Einkauf, Zubereitung, Abwasch....) mit dem Gemüseabo mehr, weniger oder genauso viel Zeit erfordert, als ohne?
- Welche zusätzlichen Arbeiten sind mit dem Abonnement verbunden? Haben Sie organisatorische Probleme (Zeitpunkt der Lieferung/Verarbeitungsstreß u.ä.)? Verbrauchen Sie alle gelieferten Produkte? Haben Sie Probleme mit der Lagerung (Platz/wird schnell welk/schlecht etc.)?

Abschließende Einschätzung

- Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile des Abonnements, was ist gut, was könnte verbessert werden?
Was gefällt Ihnen an Ihrer Gemüsebox am besten?
Was gefällt Ihnen an Ihrer Gemüsebox am wenigsten?

Leitfaden „Öko-Lieferdienst“ im „Offensiven Altern“

Einstiegsfrage/ Frage dazu, wie der Lieferdienst in Anspruch genommen wird

- Wenn Sie sich daran erinnern, als Sie mit den Bestellungen angefangen haben, was waren Ihre Gründe?
- Hatten Sie bestimmte Gründe / einen konkreten Anlass zu bestellen?
- Gab es im Wohnprojekt gemeinsame Überlegungen bei der Auswahl des Lieferdienstes oder hat sich jede individuell Gedanken gemacht und für einen Lieferdienst entschieden?
- Haben Sie auch schon vor dem Einzug ins „Offensive Altern“ einen Öko-Lieferdienst in Anspruch genommen?
- Können Sie mir sagen, wieviel Sie in einer durchschnittlichen Bestellung bei Ihrem Lieferdienst beziehen?

	Produktbezeichnung			
	Menge, die durchschnittlich in einer Woche bestellt wird			
Milchprodukte Welche?				
Käse				
Eier				
Getreideprodukte, Brot, Nudeln Welche?				
Obst und Gemüse				
Getränke				
Öl, Essig				
Kaffee, Tee				

- Warum beziehen Sie diese Produkte vom Biobauern?
- Ist für Sie die Bio-Qualität oder die Lieferung der Produkte wichtiger?
- Wie groß ist insgesamt der Anteil von Ökoprodukten an Ihrer Ernährung bzw. in den verschiedenen Produktbereichen wie Gemüse, Brot und Getreideprodukte, Fleischwaren,...?
- Welchen Anteil haben dabei die Produkte, die Sie geliefert bekommen?

Fragen zum Einfluss des Lieferdienstes auf das Wie und Was des Essens im Haushalt

- Was bedeutet der Lieferservice für die Organisation ihrer Versorgung mit Lebensmitteln?
- Verbrauchen Sie durch den Lieferdienst des Biobauern mehr, weniger oder genauso viele Ökoprodukte als vorher? (In welchen Bereichen?) Würden Sie ohne den Biobauern diese Produkte auch in Bio-Qualität kaufen?

- Wie groß ist insgesamt der Anteil von Ökoprodukten an Ihrer Ernährung bzw. in den verschiedenen Produktbereichen wie Gemüse, Brot und Getreideprodukte, Fleischwaren,...? Welchen Anteil haben dabei die Produkte des Biobauern?

Fragen zu Be- und Entlastungen in der Versorgungsarbeit?

- Ist ein zusätzlicher Aufwand mit der Bestellung und Lieferung verbunden? Fühlen Sie sich in irgendeiner Weise be- oder entlastet?
- Was wäre bei Ihrer Versorgung mit Lebensmitteln anders, wenn Sie nicht bestellen könnten?
Wie sind die Bestellmodalitäten beim Biobauern? Gibt es organisatorische Probleme?
- Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile? Was ist gut, was könnte verbessert werden?

Fragen zum finanziellen Aufwand

- Geben Sie durch die Bestellungen beim Biobauern mehr, weniger oder genausoviel Geld für Lebensmittel aus?
- Ist für Sie die Bio-Qualität oder die Lieferung der Produkte wichtiger?
- Wie groß ist insgesamt der Anteil von Ökoprodukten an Ihrer Ernährung bzw. in den verschiedenen Produktbereichen wie Gemüse, Brot und Getreideprodukte, Fleischwaren,...?
- Welchen Anteil haben dabei die Produkte, die Sie geliefert bekommen?

Fragen zum Einfluss des Lieferdienstes auf das Wie und Was des Essens im Haushalt

- Was bedeutet der Lieferservice für die Organisation ihrer Versorgung mit Lebensmitteln?
- Verbrauchen Sie durch den Lieferdienst des Biobauern mehr, weniger oder genausoviele Ökoprodukte als vorher? (In welchen Bereichen?) Würden Sie ohne den Biobauern diese Produkte auch in Bio-Qualität kaufen?
- Wie groß ist insgesamt der Anteil von Ökoprodukten an Ihrer Ernährung bzw. in den verschiedenen Produktbereichen wie Gemüse, Brot und Getreideprodukte, Fleischwaren,...? Welchen Anteil haben dabei die Produkte des Biobauern?

Fragen zu Be- und Entlastungen in der Versorgungsarbeit?

- Ist ein zusätzlicher Aufwand mit der Bestellung und Lieferung verbunden? Fühlen Sie sich in irgendeiner Weise be- oder entlastet?
- Was hat sich bei Ihren Einkäufen verändert seit sie beim Biobauern bestellen?
- Bei zusätzlichen Einkäufen: Entfernung und Verkehrsmittel abfragen.
- Wie sind die Bestellmodalitäten beim Biobauern? Gibt es organisatorische Probleme?
- Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile? Was ist gut, was könnte verbessert werden?

Fragen zum finanziellen Aufwand

- Geben Sie durch die Bestellungen beim Biobauern mehr, weniger oder genausoviel Geld für Lebensmittel aus?

Fragebogen für Bewohner der Siedlungen Attilastraße, Gerlinger Straße und Haeseler Straße

I Akku-Pflegestation und Batterie-Rückgabe

Seit 1. September 2003 gibt es beim Concierge zwei neue Services:

- Batterierücknahme: Es werden leere Batterien angenommen und sachgerecht entsorgt.
- Akku-Pflegestation: Akkus werden vom Concierge getestet, regeneriert und aufgeladen.

1. Kennen Sie diese neuen Angebote?

- ☐ ja ☐ nein

Batterie-Rücknahme

2. Können Sie einschätzen, wie viele Batterien für Ihren Haushalt insgesamt im Jahr gekauft werden (alle Sorten zusammengenommen, ohne Knopfzellen)?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> 1 - 10 Stück pro Jahr | <input type="radio"/> Ich weiß nicht wie viele |
| <input type="radio"/> 11 - 30 Stück pro Jahr | Batterien in meinem Haushalt |
| <input type="radio"/> 31 – 50 Stück pro Jahr | im Jahr verwendet werden |
| <input type="radio"/> mehr als 50 Stück pro Jahr | <input type="radio"/> In meinem Haushalt werden |
| | keine Batterien verwendet |

3. Haben Sie schon einmal Batterien beim Concierge abgegeben?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> ja, schon mehrfach | <input type="radio"/> nein, ich benötige dieses |
| <input type="radio"/> ja, einmal | Angebot nicht |
| <input type="radio"/> nein, aber ich habe es vor | |

4. Wenn Sie schon einmal Batterien beim Concierge abgegeben haben, wie viele Batterien haben Sie abgegeben? Ca. _____ Stück

5. Wie haben Sie bislang Ihre Altbatterien entsorgt?

(Mehrfachantworten sind möglich)

Ich habe leere Batterien

- ☐ ... gesammelt, kam aber nicht dazu sie an einer Sammelstelle abzugeben.
- ☐ ... an Sammelstellen abgegeben (z.B. in Geschäften, in öffentlichen Gebäuden, bei der Berliner Stadtreinigung).
- ☐ ... im Hausmüll entsorgt.
- ☐ Anderes und zwar _____

Nutzung von Batterien und Akkus in Ihrem Haushalt

6. In der folgenden Liste sind Geräte aufgeführt, die mit normalen Batterien oder mit Akkus genutzt werden können. Bitte geben Sie an, welche Geräte Sie in Ihrem Haushalt mit Batterien oder Akkus betreiben.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Babyphone | <input type="checkbox"/> Rauch-, Wasser-, Gas- oder Bewegungsmelder |
| <input type="checkbox"/> Blutdruckmeßgerät | <input type="checkbox"/> Spielzeuge (z.B. Puppen, funkgesteuerte Autos) |
| <input type="checkbox"/> transportabler CD-Spieler | <input type="checkbox"/> Walkman |
| <input type="checkbox"/> Fahrradleuchten | <input type="checkbox"/> Wanduhr |
| <input type="checkbox"/> Fernbedienungen | <input type="checkbox"/> Wecker |
| <input type="checkbox"/> Funkmaus für PC | <input type="checkbox"/> Wetterstation |
| <input type="checkbox"/> Funktastaturen für PC | <input type="checkbox"/> Andere batteriebetriebene Geräte und zwar: _____ |
| <input type="checkbox"/> Gameboy | _____ |
| <input type="checkbox"/> Digitalkamera | _____ |
| <input type="checkbox"/> Taschenlampe | _____ |
| <input type="checkbox"/> Küchenwaage | _____ |
| <input type="checkbox"/> Milchschaumer | _____ |
| <input type="checkbox"/> MP3 Player | _____ |
| <input type="checkbox"/> Personenwaage | _____ |

Akku-Pflegestation

7. Haben Sie das Angebot der Akku-Pflegestation beim Concierge schon einmal in Anspruch genommen?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ja, einmal | <input type="checkbox"/> nein, ich benötige dieses Angebot nicht |
| <input type="checkbox"/> ja, schon mehrfach | |
| <input type="checkbox"/> nein, aber ich habe es vor | |

8. Wenn Sie das Angebot schon einmal in Anspruch genommen haben, wie hat der Service des Concierge geklappt?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> Problemlos |
| <input type="checkbox"/> Ich fand es aufwändig, weil _____ |
| _____ |

9. Haben Sie, schon bevor es das Angebot der Akku-Pflegestation beim Concierge gab, schon Akkus genutzt?

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
|-----------------------------|-------------------------------|

10. Haben Sie, seit es das Angebot der Akku-Pflegestation beim Concierge gibt, Batterien durch Akkus ersetzt?

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
|-----------------------------|-------------------------------|

Wenn ja, wie viele Akkus setzen Sie jetzt mehr ein? _____ Stück

11. In welchen Geräten haben Sie Batterien durch Akkus ersetzt?

12. Wie finden Sie das Angebot der Akku-Pflegestation beim Concierge?

13. Besitzen Sie selber ein Akkuladegerät?

- ☐ ja ☐ nein

Informationen über die Angebote

14. Wie haben Sie von dem Angebot erfahren? _____

15. Die Angebote Batterie-Rücknahme und Akku-Pflegestation wurden mit einer Wurfsendung Anfang September 2003 bei den Haushalten bekannt gemacht. Haben Sie eine solche Wurfsendung erhalten?

- ☐ ja ☐ nein

16. Haben Sie das Informationsblatt gelesen?

- ☐ ja ☐ nein

17. Wie hat Ihnen das Informationsblatt gefallen?

II Angaben zur Person

Zuletzt möchten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person bitten.

18. In welchem Jahr sind Sie geboren? 19 _____

19. Welches Geschlecht haben Sie?

- ☐ männlich ☐ weiblich

20. Wie viele Personen leben insgesamt, also Sie eingeschlossen, in Ihrem Haushalt?

_____ Erwachsene _____ Kinder

21. Wie würden Sie Ihre Haushaltsform charakterisieren?

- ☐ Einpersonenhaushalt
- ☐ Paarhaushalt, die Kinder sind bereits ausgezogen
- ☐ Paarhaushalt, ohne Kinder
- ☐ Wohngemeinschaft
- ☐ Familie mit mindestens einem Kind bis 6 Jahren
- ☐ Familie, in der alle Kinder älter als 6 Jahre alt sind
- ☐ Allein erziehender Elternteil mit Kind(ern)
- ☐ _____

22. Gibt es in Ihrem Haushalt eine Person, die hauptsächlich für die Hausarbeit zuständig ist?

- ☐ ja, und zwar _____
- ☐ nein

23. Wie hoch ist Ihr monatliches Netto-Haushaltseinkommen?

Gemeint ist dabei die Summe, die Ihrem Haushalt nach Abzug der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge verbleibt.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> unter 750 Euro | <input type="radio"/> 2.000 bis unter 3.000 Euro |
| <input type="radio"/> 750 bis unter 1.000 Euro | <input type="radio"/> mehr als 3.000 Euro |
| <input type="radio"/> 1.000 bis unter 2.000 Euro | <input type="radio"/> keine Angabe |

24. Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Ich bin noch Schüler/Schülerin | <input type="radio"/> Abitur (Hochschulreife) bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse |
| <input type="radio"/> Schule beendet ohne Abschluss | |
| <input type="radio"/> Volks-/Hauptschulabschluss
Mittlere Reife. Realschulabschluss | <input type="radio"/> Fachhochschulabschluss |
| <input type="radio"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse | <input type="radio"/> Universitätsabschluss, Hochschulabschluss |
| <input type="radio"/> Polytechnische Oberschule mit Abschluss 10. Klasse | <input type="radio"/> Anderer Schulabschluss |

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Leitfaden für Telefoninterviews mit NutzerInnen und NichtnutzerInnen der Conciergedienste

Ich bin Mitarbeiterin der TU, ich arbeite in einem Forschungsvorhaben in dem es darum geht zu erforschen, ob und wie mit wohnortnahen Dienstleistungen die Nutzung von umweltfreundlichen Konsumangeboten für die Menschen erleichtert werden kann. Sie haben sich an unserer schriftlichen Befragung beteiligt, in der es darum ging die Nutzung und Nichtnutzung der beiden neuen Angebote bei ihrer Concierge zu erheben. Dankenswerterweise haben Sie sich zu einem Telefoninterview bereit erklärt.

Uns interessieren nicht nur die Erfahrungen, die Menschen gemacht haben, die die Angebote schon genutzt haben, sondern auch die Perspektive von NichtnutzerInnen und die Gründe warum die Angebote für sie nicht attraktiv sind, bzw. aus welchen anderen Gründen die Angebote noch nicht genutzt haben. Deshalb habe ich einige Fragen an Sie, mit denen wir gerne die konkreten Bedingungen in den angesprochenen Haushalten erfassen möchten. Einige Fragen aus dem Fragebogen wiederholen sich aber auch, weil wir die Fragebögen von Ihrer Mitteilung, dass Sie zu einem Gespräch bereit sind, getrennt haben, um die Anonymität der Befragung zu gewährleisten:

Einstiegsfragen

Auf dem Zettel auf dem Sie Ihre Bereitschaft zu einem Gespräch vermerkt haben, haben Sie angekreuzt, dass Sie die Möglichkeit zur Abgabe von Batterien und die AkkuPflegstation genutzt/ noch nicht genutzt hatten? Ist dies immer noch so?

Welche Geräte, die mit Batterien oder Akkus betrieben werden nutzen Sie in Ihrem Haushalt?

Akkunutzung

Nutzen Sie Akkus in Ihrem Haushalt?

Wenn nein, warum nicht?

Wenn ja:

Seit wann nutzen Sie Akkus?

Wie viele Akkus besitzen Sie?

Wissen Sie welche Sorte Akkus Sie besitzen?

NiCd /Ni MH Kennen Sie die Unterschiede?

Besitzen Sie ein Akkuladegerät?

Wie häufig müssen Sie Ihre Akkus aufladen?

Wissen Sie, auf was Sie beim Aufladen achten sollten?

Hatten Sie schon einmal schlechte Erfahrungen mit Akkus? (Akkus kaputt, schnelle Selbstentladung etc.)

Nehmen Sie das Angebot beim Concierge in Anspruch?

Wenn nein, gibt es organisatorische Probleme oder andere Gründe?

Haben Sie Befürchtungen, dass bei dem Service etwas schief gehen könnte?

Wenn ja,

Wie oft haben Sie die Dienstleistung bereits in Anspruch genommen?

Haben Sie die Akkus nur aufladen lassen oder haben Sie auch schon einmal die Möglichkeit Akkus zu regenerieren genutzt?

Wie haben Sie Abgabe und Rückgabe organisiert?

Nutzen Sie seit diesem Angebot mehr Akkus? Wie viele Akkus besitzen Sie jetzt, wie viele waren es vorher?

Haben Sie seit der Einrichtung in ihrer Nutzung von Gerätebatterien bzw. Akkus etwas verändert?

Wo haben Sie die Akkus besorgt?

Haben Sie beim Kauf auf die Art der Akkus geachtet?

Hat die Info über den Service etwas daran geändert welche Sorte Akkus Sie kaufen?

In welchen Geräten nutzen Sie die evtl. neu angeschafften Akkus?

Wie häufig verwenden Sie diese Geräte?

Wie sind Ihre Erfahrungen mit dem Angebot Akkus aufladen zu können?

Gab es Probleme?

Worin sehen Sie die Vorteile die Concierge die Akkus aufladen zu lassen?

Was ist gut, was könnte verbessert werden?

Batterieabgabe

Wie entsorgen Sie Ihre verbrauchte Batterien und Akkus?

Wie häufig geben Sie Batterien an Sammelstellen ab?

Wie lange sammeln Sie Batterien bevor Sie sie abgeben?

Wissen Sie, dass Sie Batterien auch bei der Concierge abgeben können?

Nutzen Sie diese Möglichkeit?

Wenn ja,

Was ist dabei für Sie günstig?

Wie oft haben Sie schon Batterien abgeben?

Wie viele waren das etwa?

Gehen Sie deshalb extra zur Concierge oder machen Sie es zusammen mit einer anderen Erledigung?

Wenn nein, warum nutzen Sie das Angebot nicht?

Concierge allgemein

Nutzen Sie andere Angebote der Concierge?

Wenn ja, welche Angebote nutzen Sie?

Wenn nein, warum nutzen Sie die Angebote der Concierge nicht?

Kategorisierung:

In welchem Jahr sind Sie geboren?

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

Gibt es Kinder in Ihrem Haushalt?

Gibt es eine Person die hauptverantwortlich für die Haushaltsführung ist?

Nachbarschaftlich – Umweltfreundlich – Effektiv: Wege zur Umsetzung von Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen im Wohnumfeld

Ein Leitfaden für Wohnungsunternehmen

Ergebnisse aus dem Forschungsvorhaben
„Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte
Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld“

Lohnenswertes Ziel:

Mehr Lebensqualität im Wohnumfeld

Wohnungsunternehmen können sich ein besonderes Profil geben, indem sie mit Angeboten die nachhaltiges Konsumverhalten im Alltag erleichtern, neue Qualitäten im Wohnumfeld schaffen. Die Möglichkeiten und Umsetzungsbedingungen entsprechender Angebote wurden im Rahmen eines Forschungsprojektes an der TU Berlin und der Universität Bremen in Zusammenarbeit mit Wohnungsunternehmen anhand von praktischen Beispielen untersucht. Dabei zeigte sich ein besonderes Potenzial in der Verknüpfung von ökologischen mit sozialen Aspekten: Weil das Wohnumfeld ein zentraler Ort des täglichen Lebens ist, erleichtern gefestigte soziale Netze und Dienstleistungsangebote in der Nachbarschaft den Alltag für die BewohnerInnen und tragen zur Identifikation mit dem Wohngebiet bei. Gemeinschaftliche Nutzungsstrategien fördern und festigen Kontakte in der Nachbarschaft. Kurze Wege und gut verfügbare konkret umsetzbare Informationen unterstützen zudem umweltschonende Verhaltensweisen im Alltag.

Die Verbindung von sozialen und ökologischen Aspekten macht Angebote für Gemeinschaftsnutzungen und ökologischen Dienstleistungen insbesondere für Wohnungsbaugenossenschaften interessant. Für sie gehören die Unterstützung gemeinschaftsfördernder Projekte und nachbarschaftlicher Selbstorganisation häufig zum Selbstverständnis.

In diesem Leitfaden stellen wir Ihnen zwei Wege vor, wie neue Qualitäten im Wohnumfeld geschaffen werden können. Der erste Weg rückt die Entwicklung von Nachbarschaftsprojekten durch die Aktivierung und Beteiligung der MieterInnen in den Vordergrund (Punkt 1). Der zweite Weg zeigt, wie ein Angebot alltagserleichternder Dienstleistungen aufgebaut werden kann (Punkt 2).

Wege zur Umsetzung:

1. Initiierung von Nachbarschaftsprojekten mit Beteiligung der MieterInnen

Bringen Sie einen Entwicklungsprozess im Wohngebiet in Gang

Partizipative Verfahren haben sich als günstig für die Aktivierung der MieterInnen und die Initiierung von gemeinschaftlich getragenen Projekten erwiesen. Insbesondere jüngere Menschen und Familien mit Kindern haben sich als gut ansprechbar und aktivierbar gezeigt. Für die Entwicklung der erforderlichen Selbstorganisationsprozesse sind erfahrungsgemäß mehrere Veranstaltungen erforderlich. Als Auftaktveranstaltungen eignen sich Zukunftswerkstät-

ten oder Workshops zu einem im Wohngebiet drängenden Thema. Für die Auftaktveranstaltung sollte ein Termin gewählt werden, der es sowohl Eltern als auch Berufstätigen ermöglicht sich zu beteiligen. Gegebenenfalls sollte eine Kinderbetreuung angeboten werden.

Setzen Sie Impulse, machen Sie verbindliche Zusagen und nutzen Sie geeignete Informationsmedien

Die Entwicklung und Umsetzung von Projekten erfordert Engagement. Als Wohnungsunternehmen können Sie das Engagement ihrer MieterInnen fördern, indem Sie deutlich machen, dass von BewohnerInnen entwickelte Konzepte unterstützt und umgesetzt werden. Beschränkende Rahmenbedingungen sollten aber schon in der Vorbereitung des Beteiligungsprozesses deutlich gemacht werden. Gut geeignete Informationsmedien sind regelmäßig erscheinende Mietermagazine. Berichte über gelungene Beispiele (siehe unten) können Impulse für eigene Projektideen geben. Auch die Veröffentlichung von Ideen und Interessen, die von MieterInnen bereits geäußert wurden, können dazu beitragen das Engagement zu fördern.

Richten Sie eine Koordinationsstelle für die Aktivitäten im Wohngebiet ein

Neben der konkreten Projektentwicklung ist ein wichtiges Ziel des partizipativen Verfahrens eine tragfähige Struktur für die Umsetzung zu bilden. Diesbezüglich hat sich die Gründung eines Trägerkreises mit engagierten Mitgliedern, die sich regelmäßig treffen als günstig erwiesen.

Für die Moderation und Verstetigung des BewohnerInnen-Engagements ist darüber hinaus eine kontinuierliche Koordination durch eine Person förderlich. Sie übernimmt verschiedene Aufgaben des Projektmanagements, führt die verschiedenen Beiträge und Aktivitäten zusammen und koordiniert sie miteinander. Dies sollte professionell geleistet werden und direkt im Wohnungsbauunternehmen angebunden sein, um einen guten Kommunikationsfluss zu gewährleisten.

Praxisbeispiel „Verleihbörse“:

Private Haushalte besitzen oft viele Gegenstände, die nur selten gebraucht werden. In einer Verleihbörse stellen sich NachbarInnen solche Dinge gegenseitig zur Verfügung. Neben dem praktischen Nutzen, auf unkomplizierte und preisgünstige Weise Dinge im unmittelbaren Wohnumfeld ausleihen zu können, stärkt eine Verleihbörse das soziale Miteinander und die Kommunikation der BewohnerInnen im Quartier. Die BewohnerInnen der Wohnungsbaugenossenschaft Bremer Höhe eG im Prenzlauer Berg / Berlin haben sich zur „Tauschbörse in der Bremer Höhe“ zusammen geschlossen. Sie verleihen sich inzwischen nicht nur gegenseitig Gegenstände, sondern unterstützen sich auch untereinander mit ihren verschiedenen Kompetenzen.

Entstanden ist die Verleihbörse in der „Bremer Höhe“ in einem längeren moderierten Prozess, der zunächst durch das Forschungsvorhaben initiiert wurde und von einem von der Wohnungsbaugenossenschaft finanzierten Koordinator organisiert wird.

Informationen zur Verleihbörse in der Bremer Höhe sowie zu ihrer Organisation finden sich unter <http://www.bremer-hoehe.de>. Für die Mitgliederverwaltung kann auf die Erfahrungen von Tauschringen zurückgegriffen werden, für die es auch entsprechende Computerprogramme gibt. Eine Übersicht findet sich auf der Internetseite des Tauschringes Karlsruhe unter <http://www.tauschring-ka.de>. Eine kostenfreie Software zur Organisation von Tauschringen bis zu einer Größe von 30 Mitgliedern kann unter <http://www.rubenschnelle.de/taurau/index.php?p=dI> bezogen werden.

2. Aufbau eines Angebotes alltagserleichternder Dienstleistungen

Suchen Sie geeignete Anbieter

Im Wohnumfeld können alltagserleichternde Dienstleistungen koordiniert in Anspruch genommen und dadurch Vorteile für die einzelnen NutzerInnen erzielt werden. Es ist empfehlenswert im Vorfeld die Bedingungen mit den Dienstleistern abzusprechen (z.B. Rabatte oder sonstige Vergünstigungen bei mehreren KundInnen in einer Wohnanlage).

Organisieren Sie Kontaktmöglichkeiten zwischen MieterInnen und Anbietern

Als Anshub für die Nutzung haben sich direkte Kontakte zwischen Anbietern und den MieterInnen bewährt. Geeignete Formen sind Veranstaltungen, bei denen sich interessierte MieterInnen und Anbieter kennen lernen und die Anbieter ihr Leistungsspektrum vorstellen können. Möglich sind auch Infostände im Rahmen von Mieterfesten. Wichtig ist, dass Informationen über das Dienstleistungsangebot kontinuierlich präsent sind, was z.B. über kurze Meldungen in Mieterzeitungen oder Aushänge im Hausflur (Infokasten) erfolgen kann.

Praxisbeispiel: Koordinierte Nutzung von Ökologischen Gemüsebonnements

Viele ökologische Landwirte bieten Gemüseabonnements (Belieferung mit ökologisch angebautem, saisonalem Gemüse und Obst) und die Lieferung von anderen ökologischen Lebensmitteln an. Das Dienstleistungsspektrum der Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gestiegen, sodass heute vielfach individuell zusammengestellte oder selbst ausgewählte Gemüse direkt an die Wohnungstür geliefert werden.

Für Interessierte ist es häufig schwierig einen Anbieter zu finden, da die Informationen über ökologische Lieferdienste zu schwer zugänglich sind. Hier können Wohnungsunternehmen ihren MieterInnen ein interessantes Dienstleistungsangebot vermitteln, indem sie geeignete Anbieter auswählen, Kontakte aufzunehmen, sowie Lieferbedingungen und Vergünstigungen im Vorfeld absprechen.

Informationen über Anbieter sind erhältlich bei den ökologischen Anbauverbänden (z.B. <http://www.bioland.de>, <http://www.demeter.de>, <http://www.gaea.de>).

Das Forschungsvorhaben „Nachhaltiges Konsumverhalten durch ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen im großstädtischen Wohnumfeld“ wurde im Rahmen der Förderinitiative „Möglichkeiten und Grenzen von Neuen Nutzungsstrategien“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert. Der Abschlussbericht des Projektes ist im Internet unter www.artec.uni-bremen.de verfügbar.